



**ARTIKULASI IDENTITAS MAHASISWA
PRODI EKONOMI ISLAM UNIVERSITAS
AIRLANGGA DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri SunanAmpel
Surabaya, Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)**

Oleh :

RADIAH FARIZHA WIDODO

NIM. B06216034

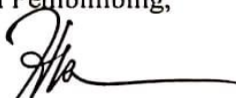
**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
SURABAYA 2019**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Nama : Radiah Farizha Widodo
NIM : B06216034
Program Study : Ilmu Komunikasi
Judul : Artikulasi Identitas Mahasiswa Prodi
Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi Dan
Bisnis Universitas Airlangga Di Media
Sosial Instagram

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan

Surabaya, 10 Desember 2019
Dosen Pembimbing,



Dr.Moch. Cholrul Arif, S.Ag, M.Fil.I
197110171998031001

PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Artikulasi Identitas Mahasiswa Prodi Ekonomi Islam Fakultas
Ekonomi Dan Bisnis Universitas Airlangga Di Media Sosial
Instagram

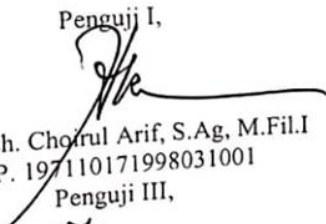
SKRIPSI

Disusun Oleh
Radiha Farizha Widodo
B06216034

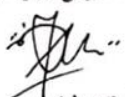
Telah diuji dan dinyatakan lulus dalam ujian Sarjana Strata
Satu Pada tanggal 26 Desember 2019

Tim Penguji


Penguji I,


Dr. Moch. Choirul Arif, S.Ag, M.Fil.I
NIP. 197110171998031001


Penguji III,


Ariza Qurrita A'yun, M.Med.Kom
NIP. 199205202018012002

Penguji II,


Rahmad Harianto, S.IP, M.Med.Kom
NIP. 197805092007101004

Penguji IV,


Pardianto, S.Ag., M.Si
NIP. 197306222009011004



Surabaya, 26 Desember 2019
Dekan,


Prof. Dr. H. Halim, M.Ag
NIP. 196307251991031003

**PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI
PENULISAN SKRIPSI**

Bismillahirrahmanirrahim

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Radiah Farizha Widodo

NIM : B06216034

Prodi : Ilmu Komunikasi

Alamat : JL. Muteran 5 No 14 Surabaya

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Skripsi ini tidak pernah dikumpulkan kepada Lembaga Pendidikan tinggi manapun untuk mendapatkan gelar akademik apapun.
2. Skripsi ini adalah benar – benar hasil karyasaya secara mandiri dan bukan merupakan hasil plagiasi atas karya orang lain.
3. Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini sebagai hasil plagiasi, saya akan bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang terjadi.

Surabaya, 10 Desember 2019



RADIAH FARIZHA WIDODO
B06216034



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpustakaan@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSetujuan PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : RADIAH FARIZHA WIDODO
NIM : B06216034
Fakultas/Jurusan : DAKWAH DAN KOMUNIKASI/ILMU KOMUNIKASI
E-mail address : radiahfarizha10@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :
☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)

yang berjudul :

ARTIKULASI IDENTITAS MAHASISWA PRODI EKONOMI ISLAM FAKULTAS
EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS AIRLANGGA DI MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 30 Desember 2019

Penulis

(Radiah Farizha Widodo)

ABSTRAK

Radiah Farizha Widodo, B06216034, 2019. Artikulasi Identitas Mahasiswa Prodi Ekonomi Islam Di Media Sosial Instagram.

Penelitian ini membahas tentang Artikulasi Identitas Mahasiswa Prodi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga di media sosial Instagram. Untuk memecahkan persoalan tersebut secara mendalam dan menyeluruh dalam penelitian ini digunakan metode deskriptif kualitatif yang berguna untuk memberikan fakta dan data mengenai artikulasi identitas, kemudian data tersebut dianalisis secara kritis dengan teori identitas sosial.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Artikulasi Identitas Mahasiswa Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga di media sosial Instagram yaitu sebagai pengekspresian *personal branding* dan eksistensi diri untuk diakui oleh khalayak banyak. Hal ini berdasarkan temuan peneliti ada 2 yaitu popularitas dan personal branding.

Beberapa saran yang diharapkan dapat dijadikan masukan dan bahan pertimbangan adalah (1) Adanya pendampingan atau literasi media bagi khalayak media terutama Mahasiswa dalam menggunakan media sosial untuk kepentingan produktif. (2) Disarankan bagi remaja yang lain agar dapat lebih memanfaatkan media social khususnya Instagram sebagai ajang kreatifitas.

Kata Kunci : Artikulasi Identitas, Media Sosial Instagram

DAFTAR ISI

JUDUL PENELITIAN	i
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	iii
PENGESAHAN TIM PENGUJI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHA	v
PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI.....	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	ix
 BAB I PENDAHULUAN	 1
I.1. Latar Belakang.....	1
I.2. Rumusan Masalah	8
I.3. Tujuan Penelitian.....	8
I.4. Manfaat Penelitian.....	8
I.5. Definisi Konsep	8
I.6. Kerangka Teoretik	11
I.7. Sistematika Pembahasan	12
 BAB II KAJIAN TEORITIK.....	 13
II.1. Kajian Pustaka	13
II.1.1. Artikulasi Identitas.....	13
II.1.2. Media Sosial Instagram	26
II.2. Kerangka Pemikiran	33
II.3. Kajian Terdahulu	35
 BAB III METODE PENELITIAN	 37
III.1. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	37
III.2. Subjek, Objek dan Lokasi Penelitian.....	37
III.3. Jenis dan Sumber Data	38
III.4. Tahap – tahap Penelitian	39
III.5. Teknik Pengumpulan Data	42
III.6. Teknik Analisis Data	44

III.7. Teknik Validitas Data.....	46
BAB IV ANALISIS DATA	47
IV.1. Profile Mahasiswa Ekonomi Islam Universitas Airlangga a	47
IV.2. Proses Artikulasi Identitas Mahasiswa Di Media Sosial Instagram	67
IV.3. Hasil Temuan.....	72
IV.4. Konfirmasi Temuan Dengan Teori.....	76
BAB V PENUTUP	81
V.1. Kesimpulan.....	81
V.2. Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA	83
LAMPIRAN.....	85

BAB I

PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang

Media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna mempresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual.¹ Berhubungan dengan definisi media sosial yang dikemukakan oleh Nasrullah, dapat disimpulkan bahwasannya dengan media sosial, penggunaanya dapat saling berkomunikasi dan berbagi informasi dengan siapa saja dan dimana saja, tanpa ada aspek geografis yang membatasi. Dengan media sosial, siapapun bisa berhubungan dengan para pengguna media sosial lainnya, diseluruh dunia.

Di era globalisasi sekarang banyak orang yang sudah mengenal *Facebook*, *Twitter*, atau *Instagram* hampir seluruh orang pernah setidaknya-tidaknya mendengar kata tersebut entah itu dalam percakapan sehari-hari ataupun melalui TV, radio dan berbagai macam media komunikasi lainnya. *Facebook*, *Twitter*, dan *Instagram* merupakan aneka macam media sosial yang populer di era ini. Media sosial sendiri adalah “sebuah media online, dengan para penggunaanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Pendapat lain mengatakan bahwa media sosial adalah media online yang mendukung interaksi sosial dan media sosial menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif”.²

¹ Nasrullah, 2016:11

² Wikipedia, Media Sosial, 2016, (https://id.wikipedia.org/wiki/Media_sosial).

Sama halnya dengan perkembangan teknologi, dengan adanya media sosial, komunikasi pun ikut berkembang. Saat ini komunikasi tidak hanya berputar pada daerah nyata atau realita saja, tetapi komunikasi juga menjangkau dunia virtual atau maya. Di Indonesia dewasa ini yang sedang marak jejaring sosial. Dalam internet kita mengenal jejaring sosial, bahkan yang terbaru muncul adalah *Instagram*. Salah satu media online yang saat ini jumlah penggunanya berkembang dengan pesat. *Instagram* merupakan media online dengan peningkatan jumlah pengguna aktif terbesar dalam enam bulan terakhir di awal tahun 2019. *Instagram* adalah sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik *Instagram* sendiri. Satu fitur yang unik di *Instagram* adalah memotong foto menjadi bentuk persegi, sehingga terlihat seperti hasil kamera Kodak Instamatic dan Polaroid.

Dewasa ini, perkembangan teknologi yang menciptakan munculnya media online telah mempengaruhi banyak aspek dalam kehidupan. Aspek kehidupan yang sangat terpengaruh terhadap media online adalah aspek komunikasi dalam masyarakat saat ini. Aspek komunikasi yang menarik perhatian penulis salah satunya adalah komunikasi intrapersonal. Komunikasi intrapersonal adalah penggunaan bahasa atau pikiran yang terjadi di dalam diri komunikator sendiri. Dengan adanya keterlibatan internal secara aktif dari individu mendorong seseorang untuk meningkatkan kesadaran pribadi (*self awareness*) memiliki beberapa elemen yang mengacu pada identitas spesifik dari individu salah satunya adalah konsep diri yang di dalamnya terdapat pula proses menghargai diri sendiri (*self esteem*).

Konsep diri adalah pandangan individu mengenai siapa diri individu, dan itu bisa diperoleh lewat informasi yang diberikan lewat informasi yang diberikan orang lain pada diri

individu.³ Dengan mengetahui diri individu, seseorang dapat pula melihat eksistensi diri dalam dirinya. Di mana eksistensi dapat diartikan dengan adanya eksistensi tersebut muncul karena kesadaran akan keberadaan sesuatu atau seseorang.

Di era post-modernitas ini, ciri masyarakat yang cukup menonjol adalah perasaan ketinggalan jaman dan minder bila tidak memiliki dan membeli produk terbaru yang dipersepsi sebagai bagian dari identitas status masyarakat. Masyarakat cenderung menunjukkan gaya hidup sesuai perkembangan jaman. Salah satu yang menarik perhatian penulis adalah bagaimana remaja yang sedang berada pada masa mencari jati diri berpeluang besar untuk mengikuti *trend* yang berkembang di masyarakat. Remaja adalah mereka yang sedang mengalami perubahan dari masa kanak-kanak ke masa dewasa.

Dengan adanya *Instagram*, dapat dilihat bahwa masyarakat terpengaruh dengan adanya penggunaan *instagram* menjadikan perubahan perilaku manusia akan kesadaran dirinya untuk menampilkan berbagai hal yang ia dokumentasikan ke dalam bentuk foto. Perubahan pada remaja tersebut mencakup perubahan fisik dan perubahan emosional yang kemudian tercemin dalam sikap dan perilaku. Perilaku adalah sikap yang diekspresikan (*expressed attitudes*). Perilaku dengan sikap saling berinteraksi, saling mempengaruhi satu dengan yang lain. Perilaku manusia adalah suatu keadaan yang seimbang antara kekuatan - kekuatan pendorong (*driving forces*) dan kekuatan- kekuatan penahan (*restrining forces*).

Kebutuhan akan *Instagram* menuntut untuk seseorang sebagai kebutuhan yang bersifat untuk mengabadikan dirinya melalui sebuah dokumentasi foto dengan deskripsinya. Kebutuhan ini akan terus meningkat saat diikuti dengan berbagai keinginan untuk mengeksistensikan diri atau menampilkan identitas diri di tengah-tengah lingkungan. Hal ini berkaitan pula terhadap eksistensi diri dan bagaimana seseorang tersebut ingin menunjukkan citra diri mereka di media sosial *Instagram*.

³ Mulyana, 2000 hlm 7

Media sosial atau yang sering sekali disebut "sosmed" sudah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat jaman ini. Kehadiran media sosial sangat memudahkan arus lalu lintas informasi mengenai apa saja dengan mudah menyebar kepada setiap orang. Kondisi tersebut mengubah cara berkomunikasi masyarakat. Jika dahulu perkenalan sering dilakukan dengan pertukaran kartu nama atau nomor telepon, maka untuk saat ini setiap kali bertemu orang baru, orang-orang justru cenderung untuk bertukar alamat akun atau membuat pertemanan di media sosial. Penggunaan media sosial saat ini lebih banyak digunakan untuk menunjukkan eksistensi diri yang berlebihan hingga terkadang tidak ada batas antara kehidupan nyata dan kehidupan di dunia maya.

Seiring dengan perkembangan internet dan teknologi pada telepon genggam yang maju pesat, pertumbuhan media sosial pun juga ikut maju dengan pesat. Kini mengakses akun media sosial dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja hanya dengan menggunakan sebuah telepon genggam pintar (*smartphone*). Dengan *smartphone* para pengguna media sosial dapat mengakses akunnya dengan jaringan internet tanpa biaya besar, dan tanpa perlu bantuan orang lain.

Dengan begitu mudahnya cara untuk mengakses media sosial, maka penggunaannya pun menjadi sangat banyak, bukan hanya dari kalangan orang dewasa melainkan merambah remaja bahkan anak-anak. Di Indonesia, menurut Kementerian Komunikasi dan Informatika Indonesia pada akhir tahun 2019, jumlah pengguna *Instagram* di Indonesia telah mencapai 56 juta dan 20,97 persen dari total populasi. Di Indonesia pengguna *Instagram* terbanyak berasal dari rentang usia 18 tahun hingga 24 tahun untuk pria dan wanita..studi juga menguap awal tahun 2019 rata – rata jumlah pengguna *Instagram* laki – laki 1.9 persen lebih banyak dibanding perempuan.⁴ Fakta tersebut tentu saja sejalan dengan apa yang

⁴ https://www.kominfo.go.id/content/detail/3415/kominfo-pengguna-internet-di-indonesia-63-juta-orang/0/berita_satker

kita jumpai sehari-hari. Saat ini rasanya nyaris tidak ada lagi remaja yang tidak memiliki akun di media sosial. Secara perlahan-lahan kecanggihan teknologi media sosial yang berkembang saat ini mampu mengubah pandangan remaja tentang bagaimana mereka mengekspresikan dirinya dan bagaimana dirinya membangun kepribadiannya.

Penggunaan *Instagram* menjadi aktivitas yang menarik dikalangan remaja. Seperti yang dikutip dalam artikel psychology today berjudul “4things teen want and need from media sosial” waktu yang dihabiskan remaja saat ini sebagian besar adalah untuk bermain media sosial dibandingkan untuk belajar dan berkumpul bersama keluarga. Sedangkan untuk alasan mereka menggemari media sosial adalah untuk mendapat perhatian, meminta pendapat, dan membutuhkan citra mereka. Layaknya sebuah diari, banyak dari mereka menjadikan media sosial *Instagram* sebagai tempat membagi kegiatan, kesenangan hingga keluh kesah. Tapi berbeda dengan diari yang bersifat tertutup dan hanya bias dilihat oleh pemiliknya, berbagi di Instagram maupun media sosial lainnya bersifat terbuka dan dapat dilihat oleh jutaan pasang mata dari seluruh dunia. Tidak ada batas – batas maupun privasi di dalamnya, apapun yang dibagikan oleh orang lain dapat kita lihat. *Instagram* merupakan suatu aplikasi yang memungkinkan para penggunanya berbagi foto atau video. Instagram adalah aplikasi berbasis IOS, android, dan Windows Phone. Adapun system pertemanan di *Instagram* adalah menggunakan system *follow* dan *followers*. Follow artinya “ ikut “ yaitu akun yang diikuti oleh pengguna *Instagram*, dan followers artinya “yang mengikuti” yakni akun – akun *Instagram* yang mengikuti akun pengguna Instagram tersebut.

Nama *Instagram* berasal dari kata insta dan gram, “insta” yang berasal dari kata instan dan “gram” berasal dari kata telegram, dapat disimpulkan dari namanya yang berarti menginformasikan atau membagikan foto kepada orang lain dengan cepat. Salah satu yang unik dari *Instagram* adalah foto

yang berbentuk persegi ini terlihat seperti kamera *Polaroid* dan kodak *Instamatic*, bukan seperti foto umumnya yang menggunakan rasio 4:3. *Instagram* dapat diartikan menampilkan dan menyampaikan informasi berupa foto gambar secara cepat lewat aplikasi yang dapat diakses oleh orang lain.

Instagram diluncurkan pada tahun 2010 dan langsung meledak di jagat media sosial. Sekarang *Instagram* sangat populer di kalangan para selebritis dan politisi, dan sejak bulan Juli 2012, *Instagram* telah digunakan oleh 80 juta pengguna juga telah dibeli oleh Facebook. Pada September 2012, Mark Zuckerberg melaporkan bahwa *Instagram* telah digunakan oleh 100 juta orang. Seperti halnya dengan *pinterest*, pertumbuhannya yang luar biasa dilengkapi dengan kemampuan untuk berbagi foto diberbagai platform social.⁵

Melalui *Instagram*, pengguna dapat mengunggah foto dan video ke halaman utama, yang otomatis akan muncul ke halaman utama para pengikutnya. Apabila postingan foto atau video yang diunggah menarik, maka para pengikutnya dapat menyukai postingan tersebut dengan meng'klik' ikon bergambar hati, yang terletak di pojok kiri bawah postingan tersebut.

Fitur utama yang membuat *Instagram* populer adalah alat filter yang sudah ada di dalamnya : alat tersebut memungkinkan para pengguna *Pinterest* untuk menambahkan filter – filter virtual sehingga mereka dapat menaruh tanda di foto mereka. Alasan filter – filter ini sangat populer ialah hampir seluruh orang tidak memiliki keahlian fotografi. Apalagi kamera pada ponsel cerdas tidak memiliki pengaturan profesional. Dengan menambahkan filter yang dapat dengan mudah diterapkan oleh para pengguna, *Instagram* membedakan dirinya dengan aplikasi foto lainnya. Dengan menerapkan filter, para pengguna mendapatkan foto yang lebih bagus dari pada yang tidak menggunakan filter.

⁵ Diamond, 2015 hlm 295

Identitas menurut Stella Ting Toomey merupakan refleksi diri atau cerminan diri yang berasal dari keluarga, gender, budaya, etnis, dan proses sosialisasi.⁶ Kata identitas berasal dari kata *identity* yang berarti ciri-ciri, tanda-tanda atau jati diri yang melekat pada seseorang atau sesuatu yang membedakannya dengan orang lain. Sedangkan dalam terminologi antropologi kata identitas diartikan sebagai sifat khas yang menerangkan dan sesuai dengan kesadaran diri sendiri, golongan, kelompok, komunitas atau negara lain. Artikulasi menurut Chris Barker ialah “menunjukkan pengekspresian atau perepresentasian dan pemaduan”⁷ Artikulasi lebih diartikan berupaya mengekspresikan atau merepresentasikan. Ketika artikulasi dihubungkan dengan identitas maka artikulasi itu merujuk kepada upaya untuk menunjukkan ciri-ciri pembentukan identitas. Media sosial yang kini beragam merupakan jenis media baru yang memungkinkan orang bisa berbicara, berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan jejaring secara online.⁸

Penelitian ini dilakukan di Universitas Airlangga khususnya terkait Artikulasi Identitas Mahasiswa Prodi Ekonomi Islam Universitas Airlangga. Di Media Sosial Instagram. Karena obyek peneliti lebih banyak yang mumpuni di Unair, dengan beragamnya identitas mahasiswa yang ada di Unair membuat peneliti tertarik untuk menjadikannya sebagai bahan observasi.

I.2. Rumusan Masalah

1. Bagaimana Identitas Mahasiswa Prodi Ekonomi Islam Universitas Airlangga di Media Sosial Instagram ?
2. Apa motivasi Mahasiswa Ekonomi Bisnis Universitas Airlangga pada Media Sosial Instagram ?

⁶ Larry A, Samovar, Richard E. Porter , Edwin R. McDaniel 2009. *Communication Between Cultures Cengage Learning* hlm 154 - 161

⁷ Chris Barker, *Culture Studies* (London: Sage Publication, 2000) hlm.10

⁸Ardianto 2011

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui Identitas Mahasiswa Prodi Ekonomi Islam Universitas Airlangga dalam Media Sosial Instagram
2. Untuk mengetahui motivasi Mahasiswa Ekonomi Islam Universitas Airlangga pada Media Sosial Instagram

1.4. Manfaat Penelitian

Dilihat dari tujuan penelitian, maka peneliti mengarahkan penelitian ini untuk dapat memberikan manfaat secara teoritis maupun praktis. Secara teoritis, penelitian ini dapat menjadi bahan analisis untuk mengembangkan kajian media sosial dan artikulasi identitas. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan wawasan pengguna aplikasi smartphone.

1.5. Definisi Konsep

Setiap penelitian dimulai dengan menjelaskan konsep penelitian yang akan digunakan, karena konsep penelitian ini merupakan kerangka acuan peneliti dalam mendesain instrumen penelitian. Sehingga peneliti memberi batasan definisi yang digunakan dalam penelitian ini.

1. Artikulasi Identitas

Identitas pada dasarnya merujuk pada refleksi dari diri kita sendiri dan persepsi orang lain terhadap diri kita. Menurut Chris Barker, “artikulasi menunjukkan pengekspresian atau perepresentasian dan pepaduan”⁹. Sedangkan “identitas, menurut argumennya dalam praktik komunikasi identitas tidak hanya memberikan makna tentang pribadi seseorang, tetapi lebih jauh dari itu

⁹Chris Barker, *Culture Studies* (London: Sage Publication, 2000)

menjadi ciri khas sebuah kebudayaan yang melatar belaknginya.¹⁰ Yang dikenal dengan anti-esensialisme, adalah bahwa identitas bukanlah sesuatu yang eksis ia tidak memiliki kandungan universal atau esensial. Namun, ia merupakan konstruksi diskursif, produksi skursus atau cara bertutur yang terarah tentang dunia ini¹¹. Dengan kata lain, identitas itu dibangun, diciptakan ketimbang ditemukan, oleh representasi, terutama bahasa. Jadi artikulasi identitas yang dimaksud dalam penelitian ini adalah proses pengekspresian yang dilakukan oleh mahasiswa ekonomi bisnis syariah Universitas Airlangga di media sosial Instagram

2. Mahasiswa Ekonomi Islam Universitas Airlangga

Mahasiswa dengan program studi Ekonomi, di prodi Ekonomi Islam atau juga dikenal dengan nama Ekonomi Syariah, mahasiswa Ekonomi Islam juga akan mempelajari ilmu dan teori ekonomi mikro dan ekonomi makro, cara mengelola sumber daya (alam, manusia, modal, dan waktu) yang terbatas untuk memenuhi kebutuhan manusia yang tidak terbatas, dan mencapai kesejahteraan. Namun, di prodi ini, mahasiswa Ekonomi Islam akan mempelajarinya dari perspektif Islam/Syariah. Dalam hal ini, segala aspek dalam kegiatan perekonomian seperti jual-beli, sewa-menyewa, hutang-piutang, simpan-pinjam, dan bagi hasil, telah diatur dalam ajaran Islam. Kamu akan mempelajari kebijakan ekonomi, keuangan, dan bisnis dalam Islam, serta bagaimana pengelolaan lembaga keuangan syariah

3. Media Sosial Instagram

¹⁰ Alo Liliweri, makna budaya dalam komunikasi antar budaya, hal. 68

¹¹ hlm.10 *Ibid*

Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual.¹² Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Pendapat lain mengatakan media sosial adalah situs yang menjadi tempat orang-orang berkomunikasi dengan teman-teman yang mereka kenal di dunia nyata dan dunia maya.¹³

Instagram adalah sebuah aplikasi berbasis Android yang memungkinkan penggunanya mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik instagram sendiri.¹⁴ Nama Instagram berasal dari pengertian dari keseluruhan fungsi aplikasi ini.¹⁵ Kata “insta” berasal dari kata “instan”, seperti kamera polaroid yang pada masanya lebih dikenal dengan sebutan “foto instan”. Instagram juga dapat menampilkan foto-foto secara instan, seperti polaroid di dalam tampilannya. Sedangkan untuk kata “gram” berasal dari kata “telegram”, dimana cara kerja telegram sendiri adalah untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Sama halnya dengan Instagram yang dapat mengunggah foto dengan menggunakan jaringan internet, sehingga informasi yang ingin disampaikan dapat diterima

¹² Anang Sugeng Cahyono, “Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial

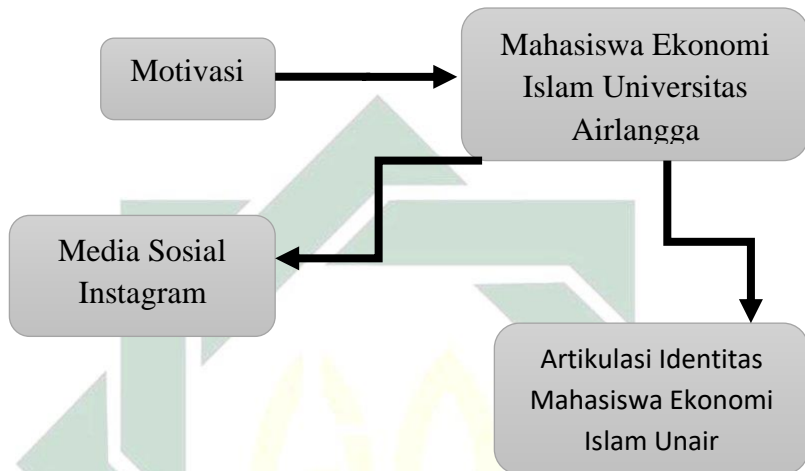
¹³ Masyarakat Di Indonesia” Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Tulungagung (2016): h. 142

¹⁴ Ariestya Ayu Permata, “Pemanfaatan Media Sosial untuk Jual Beli Online di Kalangan Mahasiswa FISIP Universitas Airlangga Surabaya melalui Instagram” Jurnal Unair (2017).

¹⁵ Agustina, “Analisis Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Sikap Konsumerisme Remaja Di Sma Negeri 3 Samarinda” eJournal Ilmu Komunikasi Universitas Mulawarman(2016) h. 412

dengan cepat. Oleh karena itulah Instagram berasal dari instan-telegram.

1.6. Kerangka Teoretik



Tabel Teori Identitas Sosial

1.7. Sistematika Pembahasan

Hasil dari penelitian ini, dituangkan dalam skripsi yang disusun berdasarkan sistematika penulisan berikut ini :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, definisi konsep, metode penelitian, jadwal penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB II : KAJIAN TEORITIS

Membahas tentang landasan teori yang bersumber dari kepustakaan. Bab ini terdiri dari kajian pustaka dan kajian teori, kajian hasil penelitian terdahulu, kerangka piker.

BAB III : PENYAJIAN DATA

Berisi tentang paparan data penelitian yang terdiri dari profil data, dan deskripsi hasil penelitian, deskripsi subjek peneliti dan deskripsi data penelitian, objek penelitian, dan lokasi penelitian.

BAB IV : ANALISIS DATA

Bab ini berisi tentang analisi data yang diperoleh melalui proses wawancara dan observasi langsung di lapangan. Kemudian dikonfirmasi dengan teori yang digunakan sebagai acuan dalam penelitian ini.

BAB V : PENUTUP

Menguraikan tentang kesimpulan berdasarkan rumusan masalah yang diperoleh dari pembahasan. Serta saran yang diperuntukkan untuk penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN – LAMPIRAN

BAB II

KAJIAN TEORITIK

II.1.Kajian Pustaka

II.1.1 Artikulasi Identitas

A. Pengertian Artikulasi Identitas

Artikulasi dalam teori Chris Barker yaitu “menunjukkan pengekspresian atau perepresentasian dan pemaduan.¹⁶ Artikulasi mengarah kepada mengekspresikan atau mempresentasikan. Ketika artikulasi dihubungkan dengan identitas maka artikulasi itu menuju kepada upaya untuk menunjukkan ciri – ciri pembentukan identitas.

Identitas yang memiliki sesuatu hal tidak hanya memberi makna tersendiri, akan tetapi juga menjadi suatu ciri khas yang melatar belakangnya. Secara etimologis, kata identitas berasal dari kata *identifity* yang berarti kondisi atau kenyataan tentang suatu yang sama, dengan keadaan yang mirip satu sama lain. Identitas juga menyeluruh atau totalitas yang menunjukkan ciri-ciri atau keadaan khusus seseorang atau jati diri dari factor – factor biologis, psikologis, dan sosiologis yang mendasari tingkah laku setiap individu. Tingkah laku tersebut terdiri atas kebiasaan, sikap, sifat – sifat serta karakter yang berada pada seseorang sehingga seseorang tersebut berbeda dengan orang yang lainnya.

¹⁶ Chris Barker, Culture Studies (London: Sage Publication, 2000) hlm. 10

Identitas memang sangatlah penting, karena identitas dapat membantu masyarakat luas untuk

bias mengetahui atau mengenal individu atau kelompok baik dari segi budaya, agama, ataupun politik dan berbagai aspek kehidupan yang lain. Identitas juga memudahkan seseorang dalam memilah perjalanan dari tujuan hidupnya, misalnya seseorang yang ingin masuk di sebuah organisasi, maka yang dilakukan orang tersebut yaitu harus mengenal identitas organisasi tersebut, dengan demikian maka untuk selanjutnya jika sudah mengenal dan mengerti tentang visi dan misi organisasi tersebut dia bias tetap masuk apabila visi dan misi dari organisasi itu sejalan dan memberikan efek yang positif, begitupula sebaliknya akan meninggalkan apabila visi dan misi dari organisasi tersebut bertolak belakang dan berdampak negatif.

Carmazzi menjelaskan, “identitas adalah siapa kita sebenarnya, baik sebagai diri sendiri maupun anggota suatu kelompok social”.¹⁷ Gardiner dan Kosmitzki sebagaimana yang sudah dikutip Samovar, Porter dan McDaniel menunjukkan, “bahwa identitas adalah definisi diri seseorang sebagai individu yang berbeda dan terpisah termasuk perilaku, kepercayaan dan sikap”.¹⁸ Ada pula yang menjelaskan bahwasannya identitas ialah konsep diri yang direfleksikan atau gambaran diri bahwa kita berasal dari keluarga,

¹⁷ Arthur F Carmazzi, *Kecerdasan Identitas* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2006)

¹⁸ Samovar dkk, *Komunikasi Lintas Budaya* (Jakarta: Salemba Humanika, 2010) hlm. 382

gender, budaya, etnik, dan proses sosialisasi individu. Identitas pada umumnya merujuk pada pandangan reflektif mengenai diri kita sendiri ataupun persepsi orang lain mengenai gambaran diri kita. Parekh menyebutkan bahwa, “identitas adalah sekelompok manusia yang mewarisi sifat – sifat yang didefinisikan mereka sebagai jenis individu atau kelompok tertentu dan membentuk sebuah bagian integral bagi pemahaman diri tentang mereka. Pendek kata, identitas mengacu kepada bagaimana manusia membedakan dirinya dengan orang lain, baik sebagai individu maupun anggota kelompok sosial, dan orang lain pun mengakuinya, berdasarkan ciri – ciri tertentu yang melekat padanya”.¹⁹

Dengan demikian, setiap manusia selain memiliki identitas diri, manusia juga memiliki identitas kelompok sosial. Kelompok sosial amat penting bagi manusia, di mana kelompok sosial yang muncul atas dasar ikatan primordial antar lain berwujud suku bangsa atau etnik. Dengan membentuk berbagai definisi yang dikemukakan para pakar (Van den Berg, 1981; Eriksen, 1993; Sowell, 1989; Barth, 1988; Koentjaraningrat, 1989; Feagin 1993) yang membedah tentang masalah etnik, dapat dimengerti bahwa etnik yaitu kelompok sosial yang mempunyai tradisi kebudayaan dan sejarah yang sama, memiliki bentuk kesenian yang sama, yang diciptakan dalam ruang dan waktu mereka, dan memiliki domain tertentu yang sama, yang disebut etnik domain. Ada pula yang menjelaskan bahwa etnik adalah kelompok sosial yang anggotanya merasa

¹⁹ Parekh Bhiku, *Rethinking Multiculturalism Keberagaman Budaya dan Teori Politik* (Yogyakarta: Kanisius, 2008) hlm. 528

menjadi satu kesatuan atas dasar suatu identitas etnik, yaitu persamaan budaya, Bahasa, adat istiadat, tradisi, agama, peranan, dan simbol – simbol yang sama, meskipun perjalanan sejarah yang sama. Sehubungan akan hal itu, Tilaar menjelaskan, “ bahwa identitas merupakan konsep yang sangat erat kaitannya dengan etnisitas.

Identitas juga memiliki banyak pengertian yang sangat luas; misalnya kita mengenal dalam ungkapan sehari-hari seperti identitas Indonesia, identitas suku Madura, identitas suku Bugis, identitas suku Jawa dan sebagainya”²⁰. Sering kali identitas tersebut sebenarnya berupa stereotip – stereotip, baik yang positif maupun negatif dari suatu etnik. Terkadang juga terjadi generalisasi berlebihan terhadap suatu identitas; misalnya orang Cina identik dengan kerja keras atau bangsa Melayu dicirikan sebagai bangsa pemalas. Identitas yang berkonotasi identik tersebut harus dipertanyakan, karena stereotip – stereotip yang mengidentikkan suatu etnik dengan sifat – sifat tertentu seringkali tidak terlepas dari perkembangan sejarah suatu etnik atau masyarakat. Dari uraian tersebut menunjukkan bahwa identitas suatu etnik melekat dalam etnik itu sendiri.²¹

Identitas diri bertujuan dengan konsep yang kita yakini tentang diri kita, sementara harapan dan pendapat orang lain membentuk identitas sosial. Keduanya berbentuk narasi atau menyerupai cerita. Jadi identitas seluruhnya adalah konstruksi sosial dan tidak mungkin eksis di luar representasi budaya dan akulturasi.

²⁰HAR Tilaar, *Mengindonesia Etnisitas dan Identitas Bangsa Indonesia* (Jakarta: Rineka

²¹Ibid

Konsepsi tersebut dipertegas dengan menyebutkan bahwa, identitas lahir melalui proses sosialisasi dan identifikasi yang terus menerus. Oleh karena itu, identitas sudah dirancang dengan seksama, dalam arti dapat mencerminkan sepenuhnya kenyataan obyektif di mana identitas itu berada. Singkatnya, setiap orang “adalah” benar – benar apa yang diandaikan tentang dia. Dalam masyarakat seperti itu, setiap identitas mudah dikenal secara obyektif maupun subyektif. Setiap orang tahu siapa tiap orang lain dan siapa dirinya. Dalam pandangan filsuf terkemuka asal Prancis, Jaques Lacan identitas berhubungan dengan “dialektika pengakuan”.

Dialektika pengakuan ini merujuk pada gagasan bahwa kita mendapatkan pengetahuan tentang siapa diri kita dan bagaimana orang bersikap pada kita. Lacan juga menegaskan bahwa berkat identitas, setiap orang tetap sama, selalu identic dengan dirinya sendiri, dan sekaligus berbeda dengan orang lain. Fenomena “pengakuan” juga dikemukakan Alessandro Pizzorno bahwasannya, identitas manusia didefinisikan oleh orang lain, atau lebih pada pengakuan yang diberikan orang lain.

Menurut Shanon dan Weaver, komunikasi adalah bentuk interaksi manusia yang saling mempengaruhi satu sama lain, sengaja atau tidak sengaja dan tidak terbatas pada bentuk komunikasi verbal, tetapi juga dalam bentuk hal ekspresi muka, lukisan, seni dan teknologi. Bentuk interaksi manusia sebagai bagian dari komunikasi tidak dapat dihindarkan dari kepuasan seseorang dalam memilih medium dalam berkomunikasi. Penggunaan Instagram oleh

remaja dapat didasari oleh adanya kepuasan penggunaannya apabila ia berkomunikasi melalui medium Instagram tersebut. *Uses and Gratifications Theory* memperlihatkan bahwa pengguna media mempunyai kesempatan dalam menentukan media sumber berita. Dalam hal ini, pengguna media berperan aktif dalam kegiatan komunikasi untuk memenuhi kepuasannya.

Teori kegunaan dan kepuasan menjelaskan tentang seseorang memilih sebuah media, yaitu dengan menggunakan media untuk memuaskan kebutuhannya. Menurut para pendirinya, Elihu Katz; Jay G. Blumler; dan Michael Gurevitch (Jalaluddin Rakhmat, 1984), *uses and gratifications* meneliti asal mula kebutuhan secara psikologis dan sosial, yang menimbulkan harapan tertentu dari media massa atau sumber-sumber lain, yang membawa pada pola terpaan media yang berlainan (atau keterlibatan pada kegiatan lain), dan menimbulkan pemenuhan kebutuhan dan akibat-akibat lain.

B. Proses Pembentukan Identitas

Pembentukan identitas diri menurut Erikson yaitu kesadaran individu untuk menempatkan diri dan memberikan arti pada dirinya dengan tepat di dalam konteks kehidupan yang akan datang menjadi sebuah kesatuan gambaran diri yang utuh dan berkesinambungan untuk menemukan jati dirinya. Pembentukan identitas (*identity formation*) merupakan tugas psikososial yang utama pada masa remaja, identitas diri adalah potret diri yang disusun dari macam – macam tipe identitas, meliputi identitas karir, identitas politik, identitas agama, identitas sosial, identitas

intelektual, identitas seksual, identitas etnik, identitas kepribadian dan identitas fisik.²²

Marcia juga memaparkan bahwa pembentukan identitas melibatkan pengalaman, keyakinan dan identifikasi menjadi atau kurang koheren. Keunikan menyediakan dewasa muda dengan kedua rasa kesinambungan dengan masa lalu dan arah untuk masa depan. Pembentukan identitas diri juga dapat digambarkan melalui status identitas berdasarkan ada tidaknya eksplorasi (krisis) dan komitmen. Eksplorasi yang juga dikenal dengan istilah krisis adalah suatu periode dimana adanya keinginan untuk berusaha mencari tahu, menyelidiki berbagai pilihan yang ada dan aktif bertanya secara serius, untuk mencapai sebuah keputusan tentang tujuan – tujuan yang akan dicapai, nilai – nilai, dan keyakinan – keyakinan.²³ Beberapa dimensi eksplorasi (krisis) ialah :

a) Sudah melalui eksplorasi (*past crisis*)

Seseorang dikatakan berada pada tahap eksplorasi di masa lalu ketika periode dimana pemikiran aktif terhadap sejumlah variasi dari aspek – aspek identitas yang potensial sudah berlalu sekarang. Individu mampu menyelesaikan krisis dan memiliki pandangan yang pasti tentang masa depan atau tugas tersebut diunda tanpa mencapai adanya sebuah kesimpulan yang bermakna.

²² Upton,P 2012

²³ Schwartz et al, 2000

b) Sedang dalam eksplorasi (*in crisis*)

Seseorang diketahui sedang berada pada tahap eksplorasi ketika seseorang sedang berusaha untuk mencari tahu dan mempelajari pertanyaan – pertanyaan mengenai identitas dan sedang berjuang untuk membuat keputusan hidup yang penting.

c) Tidak adanya eksplorasi (*absence of crisis*)

Seseorang dikatakan tidak mengalami eksplorasi ketika seseorang tidak pernah merasa penting untuk melakukan eksplorasi pada berbagai alternative identitas tentang tujuan yang ingin dicapai, nilai ataupun kepercayaan seseorang. Komitmen adalah suatu periode dimana adanya pembuatan pilihan yang relatif tetap mengenai aspek – aspek identitas seseorang dan terlibat dalam aktivitas yang secara signifikan mengarah kepada perwujudan pilihan yang sudah diambil.

1. Seseorang dikatakan memiliki komitmen ketika aspek identitas yang dimiliki individu berguna untuk mengarahkan perilaku di masa depan dan tidak adanya perubahan yang besar pada aspek tersebut.
2. Tidak adanya komitmen ditunjukkan dengan keragu – ragan yang dialami seseorang, tindakan yang terus berubah – ubah, tidak terarah, dan membentuk komitmen personal pada saat ini bukanlah suatu hal yang penting.

Berdasarkan beberapa pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa pembentukan identitas yaitu kesadaran individu dalam memberikan arti terhadap dirinya dengan tepat, pembentukan identitas dapat digambarkan melalui status identitas yang melibatkan pengalaman, keyakinan, serta adanya komitmen.

C. Bentuk – bentuk Identitas

1). Identitas Budaya

Identitas budaya merupakan ciri yang muncul karena seseorang itu merupakan anggota dari sebuah kelompok etnik tertentu. Hal ini meliputi pembelajaran tentang dan penerimaan tradisi, sifat bawaan, Bahasa, agama, dan keturunan dari suatu kebudayaan. Misalnya saja kita mengidentifikasi orang Tasikmalaya dengan bahasa Sunda. Orang Flores sebagai orang Katolik. Orang Bali yang identik dengan kebiasaannya minum – minuman beralkohol. Kita juga menyambungkan kain ulos dengan orang Batak, dan lain sebagainya. Dapat dijelaskan sederhana, yang dimaksud dengan identitas budaya adalah rincian karakteristik atau ciri – ciri sebuah kebudayaan yang dimiliki oleh sekelompok orang yang kita ketahui batas – batasannya saat dibandingkan dengan karakteristik atau ciri – ciri dari kebudayaan orang lain. Dari penjelasan ini dapat diketahui apabila ingin mengetahui dan menetapkan identitas dari suatu budaya maka harus mengkaji identitas kebudayaan sekelompok manusia melalui cara berpikir/orientasi berpikir kelompok, perasaan dan cara

bertindaknya. Hal ini harus lebih diperhatikan, tidak hanya sekedar menentukan karakteristik atau ciri – ciri fisik kebudayaan itu saja.

Lisa Orr menjelaskan bahwa, “untuk mengetahui identitas orang lain yaitu pada awal komunikasi, merupakan hal yang paling sulit. Manusia pada umumnya tidak suka mengenal isentitas seseorang hanya sepotong – sepotong karena identitas budaya merupakan cultural totalization (totalitas kebudayaan)”²⁴

2.) Identitas Sosial

Identitas sosial terbentuk sebagai akibat dari keanggotaan seseorang dalam suatu kelompok kebudayaannya. Tope kelompok tersebuta antara lain umur, gender, pekerjaan, agama, kelas sosial, dan tempat. Identitas sosial diperoleh dari proses pencarian dan Pendidikan dalam jangka waktu yang lama. Misalnya dalam membedakan kelompok dengan umur.Orang – orang yang masih berusia muda biasanya bernafsu besar, cepat marah, tidak hati – hati dan kurang sabar.Sebaliknya orang tua lebih bersifat sabar, lebih bijaksana dan lambat.Berbeda apabila memberikan identitas sosial berdasarkan gender.Laki – laki lebih rasional dan mengutamakan hubungan vertical dan status. Sedangkan perempuan lebih mengutamakan perasaan, mementingkan relasi yang bersifat horizontal, persahabatan dan persaudaraan. Selanjutnya Chris Barker menjelaskan bahwa,” identitas diri bisa

²⁴ Lisa Orr, Makna Budaya dalam Komunikasi Anta In Liviweri Alo (Yogyakarta LKiS, 2003) hlm 44

dikonsepkan sebagai proyek kita, telah menjadi truism sosiologis bahwa kita lahir di dunia yang mendahului kita. Kita belajar menggunakan bahasa yang telah digunakan sebelum kita datang dan kita menjalani hidup kita dalam konteks hubungan sosial dengan orang lain. Singkatnya, kita terbentuk sebagai individu dalam proses sosial dengan menggunakan materi – materi yang dimiliki Bersama secara sosial. Biasanya ini dipahami sebagai sosialisasi atau akulturalisasi.²⁵

3) Identitas Pribadi

Identitas personal atau pribadi didasarkan pada keunikan karakteristik pribadi seseorang. Biasanya diidentifikasi dari kemampuan dan bakat. Pribadi seseorang dan identitas sosial terbentuk oleh identitas budaya. Perilaku budaya, suara, gerak – gerak anggota tubuh, nada suara, cara berbicara, warna pakaian, bentuk rambut dan sebagainya menunjukkan ciri khas seseorang yang tidak dimiliki oleh orang lain.

D. Sumber – sumber Identitas Diri

Erikson menjelaskan terdapat beberapa sumber yang mempengaruhi pembentukan identitas diri yaitu :

- 1) Lingkungan sosial, dimana remaja tumbuh dan berkembang seperti keluarga, tetangga dan kelompok teman sebaya.
- 2) Kelompok acuan (reference group), yaitu kelompok yang terbentuk pada remaja misalnya kelompok agama atau kelompok

²⁵ Chris Barker, *Culture Studies Teori dan Praktik*, 2000, hlm 171

yang memiliki minat yang sama dimana melalui kelompok tersebut remaja dapat memperoleh nilai – nilai dan peran yang dapat menjadi acuan bagi dirinya.

- 3) Tokoh idola, yaitu seseorang yang sangat berapi seperti sahabat, guru, kakak, atau orang yang mereka kagumi.²⁶ Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa terdapat beberapa sumber yang dapat mempengaruhi pembentukan identitas diri seseorang, yaitu: lingkungan sosial, kelompok, dan tokoh idola.
- 4) *The Self* : Komponen Identitas untuk Seseorang

a) *Self Konsep* : Skema Dasar

Konsep dasar adalah kumpulan keyakinan dan persepsi diri mengenai diri sendiri yang terorganisasi. *Self* memberikan sebuah kerangka berpikir yang menentukan bagaimana kita mengolah informasi tentang diri kita sendiri, termasuk motivasi keadaan emosional, evaluasi diri, kemampuan, dan banyak hal lainnya.²⁷ Meskipun orang dalam budaya individualistik pada umumnya mengasumsikan bahwa *self relative* tetap konstan, namun tak disangkal bahwa orang dapat dan mampu berubah seiring dengan berjalannya waktu. Nyatanya, membandingkan diri sendiri sekarang dengan diri sendiri di masa lalu sering kali menyenangkan karena hal tersebut memungkinkan melihat perbaikan yang terus menerus. Identitas seseorang atau

²⁶ Erikson, Upton, P, 2012

²⁷ Klein, Loftus, dan Burton (“Baron R.A dan Byrne. D, 2003”)

konsep self, terdiri dari keyakinan diri dan persepsi diri yang terorganisasi sebagai sebuah skema kognitif.

b) *Self Esteem* : Sikap terhadap Diri Sendiri

Self esteem adalah evaluasi diri yang dibuat oleh setiap individu, sikap seseorang terhadap dirinya sendiri dalam rentang dimensi positif – negatif. Menurut Sedikides ada tiga kemungkinan motif dalam evaluasi diri. Orang dapat mencari *self-assesment* (untuk memperoleh pengetahuan yang akurat tentang dirinya sendiri), *self-enhancement* (untuk mendapatkan informasi positif tentang diri mereka sendiri), atau *self-verification* (untuk mengkonfirmasi sesuatu yang sudah mereka ketahui tentang diri mereka sendiri).²⁸

c) *Self Efficacy* : Percaya pada Diri Sendiri

Self efficacy adalah evaluasi seseorang terhadap kemampuan atau kompetensinya untuk melakukan sebuah tugas, mencapai tujuan, mencapai tujuan, atau mengatasi hambatan. Self efficacy cenderung konsisten sepanjang waktu, tetapi bukan berarti tidak berubah. Umpan balik positif terhadap kemampuan seseorang meningkatkan self efficacy.²⁹

²⁸Sedikides, Baron R.A dan Byrne. D, 2003

²⁹Bandura , “Baron R.A dan Byrne. D, 2003

II.1.2 Media Sosial Instagram

a. Definisi Media Sosial

Media sosial merupakan bagian dari New Media, sebagai alat atau sarana untuk bertukar informasi dengan menggunakan teknologi internet. Media sosial menurut Van Dijk dalam Nasrullah (2016:11) adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Sebab itu, media sosial dapat dilihat sebagai fasilitator online yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial.

Media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna mempresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual. Berhubungan dengan definisi media sosial yang dikemukakan oleh Nasrullah, dapat disimpulkan bahwasannya dengan media sosial, penggunaannya dapat saling berkomunikasi dan berbagi informasi dengan siapa saja dan dimana saja, tanpa ada aspek geografis yang membatasi. Dengan media sosial, siapapun bisa berhubungan dengan para pengguna media sosial lainnya, diseluruh dunia.

b. Pengertian Instagram

Instagram merupakan suatu aplikasi yang memungkinkan para penggunanya berbagi foto atau video. Instagram adalah aplikasi berbasis IOS, android, dan Windows Phone. Adapun system pertemanan di Instagram adalah menggunakan system follow dan followers. Follow artinya “ ikut “ yaitu akun yang diikuti oleh pengguna Instagram, dan followers artinya

“yang mengikuti” yakni akun – akun Instagram yang megikuti akun pengguna Instagram tersebut.

Nama Instagram berasal dari kata insta dan gram, “insta” yang berasal dari kata instan dan “gram” berasal dari kata telegram, dapat disimpulkan dari namanya yang berarti menginformasikan atau membagikan foto kepada orang lain dengan cepat. Salah satu yang unik dari Instagram adalah foto yang berbentuk persegi ini terlihat seperti kamera Polaroid dan kodak Instamatic, bukan seperti foto umumnya yang menggunakan rasio 4:3. Instagram dapat diartikan menampilkan dan menyampaikan informasi berupa foto gambar secara cepat lewat aplikasi yang dapat diakses oleh orang lain.³⁰

Instagram diluncurkan pada tahun 2010 dan langsung meledak di jagat media sosial. Sekarang Instagram sangat populer di kalangan para selebritis dan politisi, dan sejak bulan Juli 2012, Instagram telah digunakan oleh 80 juta pengguna juga telah dibeli oleh Facebook. Pada September 2012, Mark Zuckerberg melaporkan bahwa Instagram telah digunakan oleh 100 juta orang. Seperti halnya dengan pinterest, pertumbuhannya yang luar biasa dilengkapi dengan kemampuan untuk berbagi foto diberbagai platform sosial³¹

Melalui Instagram, pengguna dapat mengunggah foto dan video ke halaman utama, yang otomatis akan muncul ke halaman utama para pengikutnya. Apabila postingan foto atau

³⁰<http://ejournal.uin-suka.ac.id/isoshum/proferik/article/view/1101/1014> diakses pada 27 november 2019 pukul 20.00

³¹ Diamond, 2015 hlm 295

video yang diunggah menarik, maka parapengikutnya dapat menyukai postingan tersebut dengan meng'klik' ikon bergambar hati, yang terletak di pojok kiri bawah postingan tersebut.

Fitur utama yang membuat Instagram populer adalah alat filter yang sudah ada di dalamnya : alat tersebut memungkinkan para pengguna Pinterest untuk menambahkan filter – filter virtual sehingga mereka dapat menaruh tanda di foto mereka. Alasan filter – filter ini sangat populer ialah hamper seluruh orang tidak memiliki keahlian fotografi. Apalgi kamerapadaponsel cerdas tidak memiliki pengaturan professional. Dengan menambahkan filter yang dapat dengan mudah diterapkan oleh para pengguna, Instagram membedakan dirinya dengan aplikasi foto lainnya. Dengan menerapkan filter, para pengguna mendapatkan foto yang lebih bagus dari pada yang tidak menggunakan filter.³²

Media sosial Pengaruh dari dunia luar bagi eksistensi diri seseorang salah satunya dapat dipengaruhi oleh *media sosial*. *Media sosial* biasa juga disebut media sosial, media baru, atau jejaring sosial yang didefinisikan sebagai produk dari komunikasi yang termediasi teknologi yang terdapat bersama dengan komputer digital (Creeber and Martin, 2009). Definisi lain *media sosial* adalah media yang di dalamnya terdiri dari gabungan berbagai elemen. Itu artinya terdapat konvergensi media di dalamnya, dimana beberapa media dijadikan satu (Lievrouw, 2011). *Media*

³² Diamond, 2015 hlm 296

sosial merupakan media yang menggunakan internet, media *sosial* berbasis teknologi, berkarakter fleksibel, berpotensi interaktif, dan dapat berfungsi secara privat maupun secara publik (Mondry, 2008: 13).

Media *online* yang berkembang kemudian mendorong munculnya aplikasi-aplikasi untuk berinteraksi sesama penggunanya seperti Instagram. Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri. Satu fitur yang unik di Instagram adalah memotong foto menjadi bentuk persegi, sehingga terlihat seperti hasil kamera Kodak Instamatic dan Polaroid. Hal ini berbeda dengan rasio aspek 4:3 yang umum digunakan oleh kamera pada peralatan bergerak. Instagram dapat digunakan di *iPhone*, *iPad*, atau *iPod Touch* versi apapun dengan sistem operasi iOS 3.1.2 atau yang terbaru dan telepon kamera Android apapun dengan sistem operasi 2.2 (Froyo) atau yang terbaru. Aplikasi ini tersebar melalui Apple App Store dan Google Play. (Frommer, 2010).

c. Fitur Instagram

- Unggah foto dan video

Fitur unggah foto maupun video memberikan pengguna untuk mengunggah foto maupun video yang kemudian akan muncul ke halaman untam pengikut / followers. Pada fitur unggah foto dan video pengguna Instagram dapat memilih foto atau video yang diinginkan dan akan dipload dari galeri album yang terdapat pada *smartphone*, atau dapat langsung

menggunakan camera yang tersedia pada fitur tersebut. Gambar ataupun video yang akan diupload kemudian bisa diedit dengan menggunakan efek yang telah ada pada fitur tersebut untuk memperindah tampilan foto. Pengguna juga dapat mengunggah foto dan video dalam jumlah banyak dalam sekali upload dengan jumlah maksimas 10 foto atau video dalam sekali unggah.

- **Caption**

Caption yaitu penjelasan singkat atau deskripsi yang menyertai ilustrasi atau foto. Di dunia hiburan caption diartikan tulisan atau keterangan yang ditumpangi di bagian bawah televisi atau film seperti bingkai. Caption juga bersambungan dengan foto atau video yang di unggah. Apabila pengguna menulis keterangan foto yang menarik, pengguna dapat menarik minat followers untuk membaca semua keterangan dari caption tersebut.

- **Komentar**

Fitur komentar berada di bawah foto atau video, tepatnya di bagian tengah. Fungsinya adalah tentu saja untuk mengomentari postingan atau unggahan foto dan video yang dirasa menarik. Pengguna juga dapat menggunakan fitur aerobba atau tanda @ dan memasukkan nama pengguna yang dimaksud dalam komentar tersebut, agar komentar tersebut dapat dibaca oleh pengguna tersebut.

- **Hastags**

Hastags atau tanda pagar pada Instagram memudahkan pengguna untuk mengelompokkan foto atau video sesuai dengan tema atau gambar yang diinginkan. Sebagai contoh,

Prillylatuconsina menyertakan hashtags atau tanda pagar #Prillychoice, maka foto atau video tersebut otomatis akan membuat grup dengan beberapa postingan dari akun pengguna Instagram yang lain, yang juga menggunakan hashtags yang sama.

- Like
Fitur like digunakan apabila pengguna Instagram menyukai atau merasa tertarik dengan unggah foto atau video dari akun pengguna lain yang diikuti, maka dapat memberi like atau suka dengan menekan emoticon berbentuk love, tepatnya dibagian kanan bawah unggahan foto atau video tersebut.
- Explore
Explore adalah fitur yang memungkinkan pengguna untuk melihat foto dan video dari akun populer, atau unggahan dari akun yang diikuti atau disukai oleh orang yang diikuti pengguna tersebut.
- Instagram Story
Instagram Story adalah fitur yang memungkinkan pengguna Instagram untuk mengupload foto maupun video dengan durasi 15 detik. Foto dan video yang diunggah pada fitur ini tidak dapat bertahan lama, melainkan hanya 24 saja. Oleh karena itu, fitur Instagram Story sangat diminati oleh para pengguna Instagram, karena penggunaannya yang sangat mudah dan fitur – fitur menarik yang tersedia di dalam Instagram Story tersebut.
- Live Instagram
Live Instagram memungkinkan penggunaannya untuk melakukan siaran langsung terkait aktivitas yang tengah dijalani. Saat pengguna memulai siaran

langsung, maka Instagram akan memberikan notice atau pemberitahuan kepada akun Instagram yang mengikuti, untuk melihat siaran langsung tersebut. Para followers atau pengikut yang menyaksikan tayangan live stories atau siaran langsung dalam tayangan tersebut, atau bila menyukainya dapat memberi emoticon berbentuk love yang tersedia di sebelah kanan kolom komentar.

- **Direct Message (DM)**
Fitur Direct Message memungkinkan para pengguna Instagram untuk saling mengirim pesan secara privat. Dengan Instagram Direct, pengguna dapat mengirim pesan, foto, dan video kepada satu atau beberapa orang.
- **Arsip Cerita**
Fitur arsip cerita memungkinkan pengguna untuk menyimpan foto atau video yang telah diunggah sebagai koleksi pribadi. Fitur arsip memungkinkan pengguna untuk memindahkan post yang sebelumnya dibagikan di halaman utama, ke ruang yang hanya terlihat oleh pengguna.
- **Instagram Saved Post**
Instagram Saved Post atau Bookmark, adalah fitur untuk menyimpan foto atau video yang disukai dan ingin menyimpannya sebagai koleksi pribadi, yang diunggah oleh akun Instagram pengguna yang lain, bisa akun Instagram yang memang diikuti, atau akun Instagram yang tidak diikuti namun tidak di kunci.
- **Geotagging (Tag lokasi)**
Geotagging adalah memasukkan lokasi foto yang akan diunggah ke halaman utama. Para

pemasar dapat memasukkan lokasi foto saat mengunggahnya, sehingga foto tersebut dapat dikenal dengan area tertentu dan dapat dicari menggunakan lokasi tersebut.³³

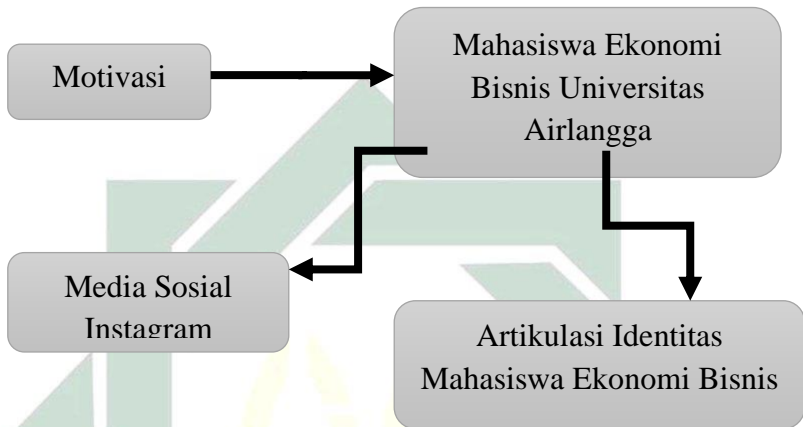
II.2.Kerangka Pemikiran

Penelitian dengan judul Artikulasi Identitas Mahasiswa Prodi Ekonomi Islam Universitas Airlangga di Media Sosial Instagram berangkat dari fenomena milenial yang sangat menggandrungi *Instagram* di berbagai aktifitas kehidupan sehari – hari.Berdasarkan pengamatan dan penelitian yang peniliti lakukan, banyak sekali pemuda pemudi yang menggunakan Instagram sebagai ajang mempromosikan dirinya. Peneliti kemudian memilih Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga untuk dijadikan bahan observasi, untuk lebih mengetahui motif apa saja yang menjadikan para Mahasiswa Ekonomi Islam berajang di Instagram untuk mengetahui identitasnya. Alur penelitian ini nantinya adalah, peneliti ingin mengetahui bagaimana

Artikulasi identitas mahasiswa ekonomi islam Unair di media sosial *Instagram* yang dalam hal ini peneliti akan menggunakan teori identitas sosial yang dicetuskan oleh psikologi Tajfel yang menyatakan bahwa kelompok dimana kita menjadi anggota merupakan bagian itegral dari konsep diri. Adanya kelompok memungkinkan kita mengelola konsep diri dengan cara mengelola keanggotaan kita di dalam kelompok itu. Teori ini menyebutkan bahwa identitas sosial seseorang turut membentuk konsep diri dan memungkinkan orang tersebut menempatkan diri di dalam jaringan hubungan sosial yang rumit.Teori identitas sosial menurut Tajfel dan Turner bertujuan bahwa individu memiliki tujuan dalam dirinya sendiri dalam bersosialisasi dan mengidentifikasikan dirinya sendiri.Identitas personal melihat bahwa individu adalah sebuah makhluk yang unik, memiliki budaya, dan hidup di dalam grup.

³³ Diamond, 2015 hlm 300

Identitas sosial mengacu pada pengetahuan dalam kelompok anggota budaya dan berkomunikasi dengan budaya lain.



Tabel : Kerangka Pemikiran Teori Identitas Sosial

II.3 Kajian Terdahulu

Pertama, skripsi yang dilakukan oleh Randy Fajrian (2012), yang berjudul Artikulasi Identitas Pada Pelaku Budaya Populer (Studi Pada *Cosplayer* Hijab). Skripsi ini mengkaji tentang bagaimana *cosplayer* hijab menemukan diskursus identitas sebagai *cosplayer* dan hijaber.³⁴ Dalam penelitian terdahulu ini terdapat persamaan dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu mencari artikulasi identitas suatu objek. Dan perbedaan dari penelitian terdahulu ini dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu penelitian terdahulu membahas tentang studi literatur mengenai *cosplay* hijab lewat penyampaian perumusan definisi *cosplay* hijab, perkembangan *cosplay* di Indonesia dan perkembangan hijab di Indonesia, sedangkan penelitian yang akan dilakukan membahas tentang

³⁴Penelitian ini telah dilakukan oleh Randy Fajrian Fakultas Ilmu Budaya Universitas Indonesia yang berjudul Artikulasi Identitas Pada Pelaku Budaya Populer (Studi Pada *Cosplayer* Hijab).

artikulasi identitas Mahasiswa Ekonomi Bisnis Universitas Airlangga di media sosial *Instagram*.

Kedua, skripsi yang dilakukan oleh Dwi Syahnaz Hazisah (2015) yang berjudul Pengaruh Instagram Stories Terhadap Eksistensi Diri Di Kalangan Siswa – Siswi SMAN 1 MAKASSAR.³⁵ Dimana skripsi ini mengkaji tentang bagaimanakah fenomena eksistensi diri di media sosial Stories Instagram. Dalam penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu menggunakan metode kuantitatif, perbedaan lainnya dari penelitian terdahulu ini dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu penelitian terdahulu membahas tentang pengaruh Instagram Stories terhadap eksistensi.

Ketiga, skripsi yang dilakukan oleh Apfia Dita Raharja (2017), yang berjudul Artikulasi Fanatisme Elf di Dunia Maya (Studi Dalam Kelompok *The Neo Korean Wave Dalam Twitter*). Dimana skripsi ini mengkaji tentang bagaimana elf sebagai kelompok *the neo wave* mengartikulasikan fanitisme mereka melalui twitter.³⁶ Dalam penelitian terdahulu membahas tentang artikulasi fanatisme elf di dunia maya, sedangkan peneliti yang akan dilakukan membahas tentang artikulasi identitas Mahasiswa Ekonomi Bisnis Universitas Airlangga di media sosial *Instagram*.

³⁵Penelitian yang dilakukan oleh Dwi Syahnaz Hazisah (2015) yang berjudul Pengaruh Instagram Stories Terhadap Eksistensi Diri Di Kalangan Siswa – Siswi SMAN 1 MAKASSAR.

³⁶Penelitian ini telah dilakukan oleh Apfia Dita Raharja Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Airlangga yang berjudul Artikulasi Fanatisme Elf di Dunia Maya (Studi Dalam Kelompok *The Neo Korean Wave Dalam Twitter*).

BAB III

METODE PENELITIAN

Guna memperoleh informasi yang sesuai dengan yang dirumuskan dalam permasalahan dan tujuan penelitian, perlu suatu disain atau rencana menyeluruh tentang urutan kerja penelitian, yakni :

III.1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi karena berperan untuk mengumpulkan data yang berupaya memadukan pengalaman personal dan interpretasi budaya secara sistematis dan menyeluruh guna menjelaskan artikulasi identitas Mahasiswa Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga. Dan penelitian ini berjenis deskriptif kualitatif karena data yang diambil dan diolah lebih didominasi oleh data deskriptif, bukan angka. Penelitian kualitatif bertujuan mencari pengertian mendalam tentang suatu gejala fakta atau realita. Fakta, realita, masalah, gejala serta peristiwa hanya dapat dipahami bila peneliti menelusurinya secara mendalam dan tidak di permukaan saja. Kedalaman ini mencirikhaskan metode kualitatif sekaligus sebagai faktor unggulannya. Metode kualitatif akan menggunakan data yang diambil melalui wawancara, observasi lapangan atau dokumen yang ada.

III.2. Subjek, Objek dan Lokasi Penelitian

1) Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini Mahasiswa Ekonomi Bisnis Universitas Airlangga ditentukan berdasarkan purposive sampling yakni atas dasar kriteria-kriteria tertentu yang dibuat peneliti berdasarkan tujuan penelitian. Kriteria ditentukan dari jurusan Ekonomi

Bisnis, Semester lima, asal Surabaya, perkiraan kapasitas pengetahuan dan pengalaman subjek penelitian terhadap hal yang berkaitan dengan fokus penelitian untuk memberikan informasi yang diperlukan.

2) Objek Penelitian

Objek pada penelitian ini adalah artikulasi identitas di media sosial Instagram. Peneliti ingin menjelaskan tentang artikulasi identitas dari beberapa aspek :

- Identitas Mahasiswa Ekonomi Islam Unair di Media Sosial Instagram
- Keaktifan Mahasiswa Ekonomi Islam menggunakan Instagram

3) Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini di kota Surabaya, tepatnya di Kampus Universitas Airlangga Surabaya. Dan memilih Mahasiswa Ekonomi Islam Unair yang aktif menggunakan media sosial Instagram. Alasan peneliti mengambil penelitian ini karena mahasiswa atau mahasiswi di Universitas Airlangga sangat cocok dan mumpuni dikarenakan lebih banyaknya profesi mahasiswa yang beragam di Prodi Ekonomi Islam Unair. Karena itulah peneliti tertarik untuk mengambil lokasi penelitian di Universitas Airlangga.

III.3. Jenis dan sumber Data

Dalam penelitian kualitatif, sumber data yang diambil lebih bersifat selektif. Sumber data yang digunakan tidak sebagai yang mewakili informasinya. Karena pengambilan sumber data didasarkan atas berbagai pertimbangan tertentu, maka pengertiannya sejajar dengan jenis data yang dikenal sebagai *purposive sampling*. Dengan

kecenderungan peneliti untuk informasi dan masalahnya secara mendalam dan dapat dipercaya untuk menjadi sumber data.

1. Sumber Data Primer

Data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui perantara) yang secara khusus dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab fokus dalam penelitian.³⁷ Data primer dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Ekonomi Islam pengguna aktif media sosial Instagram. Data ini diperoleh melalui observasi dan wawancara mendalam dengan pihak informan.

2. Sumber Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang mendukung data utama atau data primer untuk menjawab fokus penelitian. Data sekunder pada penelitian ini meliputi dokumentasi berupa foto dan wawancara dengan Mahasiswa Ekonomi Bisnis Syariah yang, baik dalam bentuk tertulis, cetak, maupun rekaman.

III.4. Tahap – tahap Penelitian

1. Tahap Pra Lapangan

Lima tahap dipilih peneliti ditambah dengan satu pertimbangan yang perlu dipahami, yaitu etika penelitian lapangan. Kegiatan dan pertimbangan tersebut diuraikan sebagai berikut :

a) Pemilihan Lapangan Penelitian

Pemilihan lapangan penelitian diarahkan oleh teori substansive yang dirumuskan dalam bentuk

³⁷Rosadi Ruslan, Metode Penelitian Public Relation dan Komunikasi (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2006) hlm. 254

hipotesis kerja walaupun masih tentative sifatnya.³⁸ Dalam menentukan lapangan penelitian kita harus mempelajari dan mendalami fokus serta rumusan lapangan penelitian.

b) Menjajaki dan Menilai Lapangan

Peneliti harus membaca kondisi daerah tempat penelitian dan mempunyai gambaran tentang geografi, demografi, sejarah, tokoh – tokoh, adat istiadat, konteks kebudayaan, kebiasaan – kebiasaan, agama, pendidikan, mata pencaharian, dan sebagainya. Hal itu dimaksudkan untuk persiapan mental maupun fisik.

Mahasiswa Prodi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga terdiri dari berbagai macam karakter dan identitas yang berbeda – beda sehingga dalam proses penelitian di lapangan peneliti harus menyesuaikan situasi dan kondisi terlebih dahulu agar penelitian berjalan dengan lancar dan kondusif.

c) Memilih dan memanfaatkan Informan

Informan adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian. Dalam memilih informan, peneliti harus memilih informan yang jujur, taat pada janji, suka berbicara, dan memiliki pandangan tertentu tentang fenomena yang ada.

Dalam penelitian ini, peneliti memilih mahasiswa Ekis Unair sebagai informan.

d) Menyiapkan Perlengkapan Penelitian

Sebelum melakukan penelitian, peneliti sejauh mungkin sudah menyiapkan segala alat dan

³⁸ Melliong, Metodologi Penelitian Kualitatif (Bandung: Remaja Posda Karya, 2004), hlm 127

perlengkapan penelitian yang diperlukan sebelum terjun ke dalam kancah penelitian seperti bullpen, kamera, book note, tape recorder dan lainnya untuk memudahkan proses dokumentasi.

Perlengkapan yang digunakan dalam penelitian ini adalah book note untuk mencatat kegiatan atau peristiwa yang dilihat, kamera untuk mengambil gambar peristiwa, dan recorder untuk merekam informasi dari narasumber.

e) **Persoalan Etika Penelitian**

Persoalan etika akan timbul apabila peneliti tidak menghormati, tidak mematuhi dan tidak mengindahkan nilai – nilai masyarakat dan pribadi. Dalam menghadapi persoalan etika tersebut, peneliti hendaknya mempersiapkan diri baik secara fisik, psikologis, maupun mental.

Dalam penelitian ini, peneliti mempersiapkan mental. Apapun yang yang ditulis tidak mengandung kebohongan dari sumber terpercaya dan tidak akan menuliskan sesuatu yang menyebabkan konflik yang tertulis dalam proposal penelitian.

2.Tahap Pekerjaan Lapangan

- a) **Memahami latar penelitian dan persiapan diri.**
Sebelum melakukan penelitian dan persiapan diri. Sebelum melakukan penelitian langsung ke lapangan, peneliti memahami kondisi tempat, suasana, dan informasi yang diteliti. Dalam hal ini peneliti harus dapat mengetahui di mana dan kapan menemui informan. Melakukan pendekatan kepada informan sehingga memudahkan dalam pengamatan dan wawancara mendalam. Dengan

memahami latar penelitian, peneliti akan lebih siap memaksimalkan perolehan data.

b) Memasuki Lapangan

Tahap ini peneliti harus dapat membina keakraban hubungan dengan informan sehingga seolah tidak ada dinding pemisah diantara keduanya. Menggunakan bahasa atau penyesuaian bahasa yang digunakan narasumber dan peneliti tidak dianjurkan untuk menduga dalam tahap ini karena peneliti harus mengetahui secara pasti mengenai suatu ungkapan, peristiwa, atau kejadian yang diketahuinya.

Peneliti akan sering bertemu dan berkomunikasi dengan informan, sehingga akan timbul keakraban antar peneliti dengan informan.

3. Tahap Penulisan Laporan

Langkah akhir dalam penelitian ini adalah membuat laporan penelitian. Laporan penelitian berisi suatu proses dan hasil dari suatu penelitian yang merupakan deskripsi yang disusun secara sistematis, objektif ilmiah dan dilaksanakan tepat pada waktunya.

III.5. Teknik Pengumpulan data

Bermacam-macam teknik pengumpulan data, secara umum terdapat empat macam teknik pengumpulan data, diantaranya adalah observasi, wawancara, dokumentasi dan gabungan/triangulasi.³⁹ Data - data dalam penelitian ini diperoleh dari wawancara mendalam, observasi dan disertai dokumentasi dari subyek penelitian atau informan.

³⁹Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D (Bandung: Alfabeta, 2009), hlm.226

a. Wawancara

Menurut Deddy Mulyana, “wawancara adalah bentuk komunikasi antara dua orang, melibatkan seseorang yang ingin memperoleh informasi dari seorang lainnya dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan berdasarkan tujuan tertentu”⁴⁰. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan wawancara secara mendalam dengan para informan. Dengan cara seperti ini akan tergal informasi dan pengalaman informan yang menggunakan media sosial Instagram sehingga harapan yang di dapat yaitu mengetahui artikulasi identitas yang dilakukan informan, yaitu Mahasiswa Ekonomi Islam Universitas Airlangga. Maka dari itu peneliti dituntut untuk membuat informan lebih terbuka dalam memberikan informasi, karenanya penggunaan pola purposive sampling menjadi pola peneliti dalam menentukan informan.

b. Observasi

Observasi merupakan sebuah proses yang dilakukan untuk mengetahui sesuatu secara langsung dan mendalam. Observasi dilakukan untuk mendalami suatu hal terhadap tindakan dalam bentuk verbal maupun non verbal dari Mahasiswa Ekonomi Islam Universitas Airlangga di Media Soaial Instagram. Data yang diobservasi berupa data - data yang ada di Universitas Airlangga yang dapat memenuhi informasi untuk penelitian ini. Teknik ini dilakukan untuk mendapatkan gambaran yang

⁴⁰ Deddy Mulyana, Metode Penelitian Kualitatif (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004), hlm.180

lengkap tentang artikulasi identitas Mahasiswa Ekonomi Islam Universitas Airlangga di Media Sosial Instagram.

b. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya seseorang. Dalam konteks ini peneliti akan melakukan interpretasi dokumen yang berupa tulisan, gambar maupun karya agar memudahkan untuk mengumpulkan informasi tentang artikulasi identitas Mahasiswa Ekonomi Islam Universitas Airlangga di Media Sosial Instagram

III.6. Teknik Analisis Data

Menurut Lexy, “analisis data adalah proses mengorganisasikan dari mengurutkan data kedalam pola, kategori, dan satuan uraian dasar sehingga dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data”.⁴¹ Dalam penelitian ini, peneliti menganalisa menggunakan Teknik Analisis Model Alir Miles dan Huberman. Teknik ini pada dasarnya terdiri dari tiga komponen: reduksi data, penyajian data, dan penarikan serta pengujian kesimpulan⁴². Melalui teknik ini diharapkan tersaji data yang kebenarannya dapat terjaga, meski demikian data yang sudah terkumpul juga dipertimbangkan antara pemahaman antar informan karena tidak jarang terjadi perbedaan pemahaman terhadap data.

⁴¹Lexy J Moleong, Metodologi Penelitian Kualitatif (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2002) hlm. 11

⁴²Prawito, Penelitian Komunikasi Kualitatif (Yogyakarta: PT LkiS Pelangi Aksara, 2007), hlm.104-106

a. Reduksi Data

Reduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Reduksi data berlangsung secara terus menerus selama penelitian berlangsung.

Disini peneliti memilih data yang diperoleh terfokus dengan manajemen pemberitaan pada program Berita Suara Surabaya . Data yang terkumpul dibuat menjadi ringkas dengan menggolongkan mengkategorikan data agar mudah diolah dan dibaca.

b. Penyajian data

Sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Data disajikan secara naratif, disini peneliti akan memaparkan secara rinci artikulasi identitas Mahasiswa Ekonomi Islam Unair di Media Sosial Instagram

c. Penarikan Kesimpulan

Disini peneliti mulai mencari arti dari data-data yang dikumpulkan, menyimpulkan dan menverifikasi data yang ada dengan mengecek keabsahan data melalui teknik ketekunan pengamatan.

Dalam penelitian ini, peneliti tidak sekedar mencari data-data yang terkait dengan artikulasi identitas saja namun peneliti juga harus mencari

motivasi sehingga hasil yang didapat bisa dipertanggung jawabkan keabsahan data-datanya

III.7. Teknik Validitas Data

Peneliti menggunakan teknik ketekunan pengamatan. Ketekunan pengamatan adalah mencari secara konsisten interpretasi dengan berbagai cara dalam kaitan dengan proses analisis yang konstan atau tentatif. Ketekunan pengamatan bermaksud menemukan ciri-ciri dan unsur-unsur dalam situasi yang sangat relevan dengan persoalan yang sedang dicari dan kemudian memustukan diri pada hal-hal tersebut secara rinci.

Peneliti mengadakan pengamatan dengan teliti dan rinci secara berkesinambungan terhadap factor-faktor yang menonjol. Kemudian peneliti menelaah secara rinci sampai pada satu titik sehingga pada pemeriksaan tahap awal tampak salah satu atau seluruh factor yang ditelaah sudah dipahami dengan cara yang biasa.⁴³

⁴³ Melliong, Metodologi Penelitian Kualitatif (Bandung: Remaja Posda Karya, 2004), hlm.329-330

BAB IV

ANALISIS DATA

IV.1. Profil Mahasiswa Ekonomi Islam Universitas Airlangga

Mahasiswa Ekonomi dan Bisnis khususnya prodi Ekonomi Islam adalah jurusan pertama yang didirikan oleh PTN seluruh Indonesia. Mahasiswa Ekonomi Islam sendiri mayoritas seluruhnya muslim karena mereka mempelajari ilmu tentang Bisnis Islam Syariah. Mahasiswa Ekonomi Islam tidak mempelajari tentang duniawi saja akan tapi mereka juga mempelajari tentang ilmu akhirat. Mahasiswa Ekonomi Islam sendiri dari berbagai daerah di seluruh Indonesia. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga telah menghasilkan lulusan yang unggul, mandiri, inovatif dan berkarya secara professional baik dalam skala nasional maupun internasional dalam bidang ekonomi berdasarkan moral agama.

Nama : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga

Alamat : Jl. Airlangga No. 4 Surabaya (Kampus B)

Telp : 0315033642

Adapun Misi yang dimiliki oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis yaitu :

- Membangun mahasiswa yang bertakwa, berakhlakul karimah, berintelektual dan memiliki rasa persaudaraan yang kuat dalam menegakkan ekonomi islam.
- Menjalin kerjasama dengan lembaga – lembaga ekonomi islam yang bertaraf nasional maupun internasional.

- Membangun dan mengembangkan Lembaga yang berbasis Ekonomi Islam

Dalam menemukan artikulasi identitas pengguna Instagram oleh Mahasiswa Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga, tentunya tertuju pada Mahasiswa Ekonomi Islam yang dipilih oleh peneliti sebagai informan untuk memperoleh data – data yang diperlukan. Beberapa indikator Mahasiswa yang menjadi informan pada penelitian ini.

1. Latar Belakang Pendidikan

Latar belakang Pendidikan seseorang menjadi faktor penting dalam berbagai hal, baik sebagai bahan pertimbangan ketika melamar pekerjaan. Pengaruhnya terhadap pola asuh ibu, bahkan turut menjadi pertimbangan ketika memutuskan menerima lamaran seorang laki – laki atau perempuan. Sedikit banyak pengertian latar belakang Pendidikan juga menunjukkan Pendidikan apa saja yang diterima atau ditempuh seseorang selama hidupnya yang akan menentukan bagaimana tumbuh kembang orang tersebut, bagaimana pola pikirnya, respon terhadap masalah, langkah atau tindakan yang diambil ketika menyelesaikan masalah dan lain sebagainya.

Dapat dilihat dari latar belakang tingkat Pendidikan mahasiswa Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga ini cukup beragam karena segi Pendidikan mahasiswa Ekonomi ini tidak sama, ada dari mereka dulu berasal dari Sekolah Menengah Atas (SMA), ada pula yang dari Pondok Pesantren, dan ada pula yang dari Sekolah Menengah Kejuruan (SMK). Selain itu mahasiswa Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga juga ada yang dari jurusan Ilmu Pengetahuan Alam (IPA) mengambil kuliah yang jurusan Ilmu Pengetahuan Sosial (IPS)

2. Latar Belakang Sosial

Meskipun mahasiswa Ekonomi Islam Universitas Airlangga dalam pandangan masyarakat yang berstatus sosial tinggi ternyata dalam observasi yang diteliti tidak semuanya. Ada mahasiswa Ekonomi Islam Universitas Airlangga yang berstatus sosial menengah keatas tapi adapula yang berstatus sosial menengah kebawah. Karena pekerjaan orang tua mereka yang juga cukup beragam ada yang berprofesi sebagai Petani, Pengusaha, Dosen dan lain sebagainya.

3. Latar Belakang Agama

Ekonomi Islam sebagai suatu Ilmu pengetahuan melalui proses pengkajian ilmiah yang panjang, dimana pada awalnya terjadi sikap pesimis terkait eksistensi Ekonomi Islam dalam kehidupan Mahasiswa saat ini. Hal ini terjadi karena di masyarakat telat terbentuk suatu pemikiran bahwa harus terdapat oposisi antara agama dengan keilmuan.

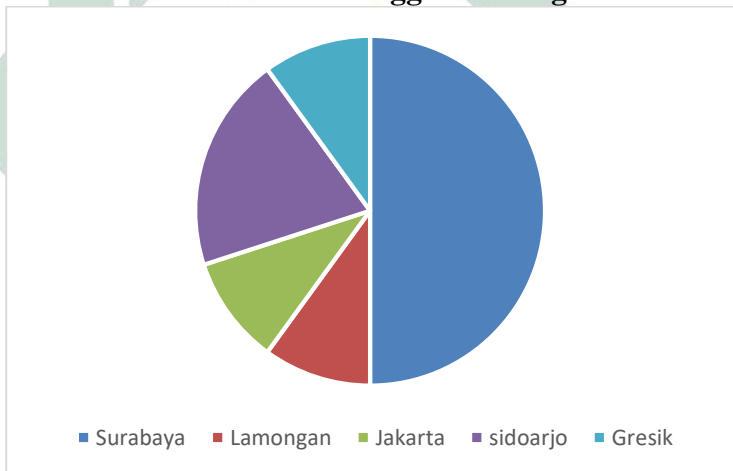
Mahasiswa Ekonomi Islam Universitas Airlangga dibangun atas dasar agama Islam, karenanya ia merupakan bagian tak terpisahkan dari agama Islam. Sebagai derivasi dari agama Islam, Ekonomi Islam akan mengikuti agama Islam dalam berbagai aspeknya. Islam adalah system kehidupan (way of life), dimana Islam telah menyediakan berbagai perangkat aturan yang lengkap bagi kehidupan manusia termasuk dalam bidang Ekonomi

4. Latar Belakang Budaya

Pada Mahasiswa Ekonomi Islam Universitas Airlangga budaya yang ada disana lebih pada tempat tinggal dan bahasa yang digunakan. Mereka menjelaskan bahwasannya Mahasiswa Ekonomi Islam

Universitas Airlangga beraneka macam dari Sabang sampai Maraoke. Ada mahasiswa Sunda, Jawa, Madura, Papua, Bali dan lain sebagainya. Dapat dilihat dari aspek latar belakang budaya mahasiswa Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga cukup beragam dilihat dari kewilayahan tidak semua dari Surabaya yang dikemas arek -arek , Lugas dan apa adanya, ada juga yang dari Jawa Tengah yang identic kalem, dan ada juga Mahasiswa Ekonomi dan Bisnis yang dari Jawa Barat yang terkenal dengan logat Sundanya, bahkan ada yang dari luar pulau juga.

5. Sebaran Kota Informan Pengguna Instagram



Dari hasil penelitian mahasiswa Ekonomi Islam Universitas Airlangga yang aktif menggunakan Instagram banyak yang berdomisili di Surabaya. Dan rata – rata mereka menggunakan Instagram untuk menghibur diri dan mencari Informasi. Selain itu mahasiswa Ekonomi Islam Universitas Airlangga juga

menggunakan Instagram selama kurang lebih 6 jam/hari.

6. Profil Data Informan

Proses dalam penelitian ini ialah pengguna aktif di media sosial Instagram yang berdomisili di Surabaya. Berdasarkan data Aliansi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, pengguna aktif Instagram didominasi oleh mereka yang berusia 18 – 24 tahun, maka subjek dalam penelitian ini adalah pengguna media sosial yang termasuk dalam generasi Zetizen. Generasi Zetizen di Indonesia adalah mereka yang lahir pada tahun 1994 hingga awal tahun 2000 – an.

Penelitian kualitatif menempatkan informan sebagai bagian yang penting karena berhubungan dengan data dan kevalidan data tersebut, sehingga dibutuhkan ketepatan dalam penelitian informan. Kriteria informan yaitu :

1. Subjek yang telah cukup lama dan intensif menyatu dengan suatu kegiatan atau medan aktif.
2. Subjek yang masih terlibat secara penuh atau aktif pada lingkungan atau kegiatan yang menjadi sasaran atau perhatian penelitian.
3. Subjek yang mempunyai banyak waktu dan kesempatan untuk dimintai informasi
4. Subjek yang dalam memberikan informasi tidak cenderung diolah atau dikemas terlebih dahulu
5. Subjek yang sebelumnya masih tergolong Berdasarkan kriteria penentuan informan di atas, peneliti menentukan 5 informan yang dianggap relevan dan dapat memberikan informasi yang diperlukan dalam penelitian pemilihan 6 informan ini berdasarkan pada kriteria seperti :
 - a) Mahasiswa aktif semester 7 prodi Ekonomi Islam Universitas Airlangga dan aktif

menggunakan Instagram sekurangnya sejak tahun 2016.

- b) Informan sering mengunggah tentang dirinya di Instagram baik foto atau video
- c) Jumlah followers di atas 1000 pengikut
- d) Mahasiswa berdomisili di Surabaya dan sekitarnya
- e) Informan bersedia untuk dimintai informasi

Berdasarkan kriteria di atas, 10 informan yang sudah dipilih oleh peneliti adalah

1. Muhammad Khusnul Prasetyo
2. Nabylla Ez Zahra
3. Dyas Indriastany
4. Fifi Aulia Oganta
5. Ilyas Chaidir
6. Ari Dani Putra
7. Rana Adelisa
8. Evita Febrianti Syahputri
9. Heny Puspitasari
10. Muhammad Taslim Rachim

Subjek penelitian atau informan adalah pihak – pihak yang dijadikan sebagai sampel dalam sebuah penelitian, yang mengetahui dan terlibat secara langsung di dalam penelitian tersebut, peneliti memilih dan memutuskan kepada siapa yang dapat dijadikan subjek penelitian dan dapat memberikan informasi yang relevan konkret dan dapat membantu menjawab berbagai pertanyaan dari penelitian

Penelitian ini membahas mengenai bagaimana artikulasi identitas Mahasiswa Ekonomi Islam Universitas Airlangga di media sosial Instagram. Dalam penelitian ini sebagaimana dengan rumusan masalah yang ada yaitu ingin mengetahui identitas dan motivasi

mahasiswa Ekonomi Islam Universitas Airlangga. Dan terdapat beberapa informan untuk mendapatkan informasi lebih lanjut. Alasan peneliti memilih informan tersebut, karena peneliti merasa mereka semua termasuk dalam kategori wawancara dan dapat membantu memberikan data-data yang peneliti butuhkan dalam penelitian ini, juga sebagai sumber informasi yang dicari untuk mengungkapkan fakta-fakta yang ada di lapangan. Informan tersebut adalah sebagai berikut:

a) Profil informan pertama ketua Hima Ekonomi Islam Universitas Airlangga



Nama : Muhamad Khusnul Prasetyo
 Alamat : Jl. Tembok Dukuh II / 6
 Surabaya
 Jenis Kelamin : Laki – laki
 Umur : 21 Tahun
 Semester : 7 (Tujuh)
 Instagram : @khusnulprasetyo



b) Nama : Nabylla Ez Zahra
 Alamat : J;.benteng no 4 Surabaya
 Jenis Kelamin : Perempuan
 Umur : 21 Tahun

Semester : 7 (Tujuh)
Instagram : @nezgallery



c)

Nama : Diyas Indiasary
Alamat : Jl.Sedayu Gang 6 no 12
Surabaya
Jenis Kelamin : Perempuan
Umur : 21 Tahun
Semester : 7 (Tujuh)
Instagram : @dyasindiastany



d)

Nama : Fifi Aulia Oganta
Alamat : JL. Kolonel Sugiono No 53.
Sidoarjo
Jenis Kelamin : Perempuan
Umur : 21 Tahun
Semester : 7 (Tujuh)
Instagram : @alfitra_oganta



e)

Nama : Ferry Wijaya
 Alamat : JL. Kapas Gading Madya III c /
 59 Surabaya
 Jenis Kelamin : Laki – Laki
 Umur : 21 Tahun
 Semester : 7 (Tujuh)
 Instagram : @ferwij



f)

Nama : Ari Dani Putra
 Alamat : JL. Kramat Sawah 12 no E.7
 Paseban, Jakarta Pusat
 Jenis Kelamin : Laki – Laki
 Umur : 22 Tahun
 Semester : 7 (Tujuh)
 Instagram : @aridaniputra14



g)

Nama : Rana Adelisa
 Alamat : JL. Medokan Asri gang 4 no 35
 Jenis Kelamin : Perempuan

Umur : 22 Tahun
Semester : 7 (Tujuh)
Instagram : @ranadelisa_



h)

Nama : Evita Febrianti Syahputri
Alamat : JL. Kebalen Timur Kulon III/2c
Jenis Kelamin : Perempuan
Umur : 22 Tahun
Semester : 7 (Tujuh)
Instagram : @rizatafebiola



i)

Nama : Heny Puspitasari
Alamat : JL. Kertopaten 76
Jenis Kelamin : Laki – Laki
Umur : 22 Tahun
Semester : 7 (Tujuh)
Instagram : @hepsbeauty



j)

Nama : Muhammad Taslim Rachim
 Alamat : JL. Puri Galaxi blok A No 76
 Jenis Kelamin : Laki – Laki
 Umur : 23 Tahun
 Semester : 7 (Tujuh)
 Instagram : @taslimrachim

Informan pertama adalah Muhammad Khusnul Prasetyo ⁴⁴, panggilan akrabnya disapa Pras dia adalah informan pertama di peneletian ini. Alasan peneliti menjadikan Rasyid sebagai informan adalah karena Pras ketua Hima Ekonomi Islam Di Universita Airlangga Tahun 2018. Dan sedikit banyak Rasyid termasuk kriteria dari subjek penelitian ini. Pras juga pengguna aktif Instagram sejak tahun 2016. “Pras bercerita kalau mahasiswa di Ekonomi Bisnis itu sangat aktif bermedia sosial Instagram karena para Mahasiswa menggunakan Instagram itu dengan cara yang berbeda - beda dan kebanyakan digunakan untuk berjualan karena kita kan dari Ekonomi Islam. Informan juga menyatakan bahwa saat ia menggunakan Instagram Pras merasakan kebahagiaan karena ia bisa tau banyak tentang informasi yang ada di Instagram yang tidak ia ketahui, selain itu Pras juga menggunakan Instagram sebagai lahan hiburan saat ia sendiri

⁴⁴ Informan pertama Ketua Hima Ekonomi Islam 2018

dengan melihat update an teman – temannya dan unggahan foto atau video juga. Pras sendiri juga menyatakan bahwa ia menggunakan Instagram tidak untuk pecitraan atau mengeksistensikan dirinya tapi lebih kearah berjualan dan berbisnis. Pras membuktikan identitasnya di Instagram dengan cara mengunggah foto atau video nya saat menggunakan seragam Hima dan saat kajian – kajian atau saat ia sedang melakukan rapat organisasi. Sehari Pras bisa bermain Instagram sekitar 6 jam/hari. Pras juga pernah merasa Intagram juga berpengaruh terhadap dirinya yang terkadang ikut – ikutan budaya luar untuk pamer tempat – tempat yang bagus yang bisa dipamerkan ke teman – temannya.Kalau dari fitur Instagram yang Pras sukai itu ada di fitur Instastories.

Informan kedua adalah Nabylla Ez Zahra⁴⁵, panggilan akrabnya disapa Bella dia adalah informan kedua di peneletian ini.Alasan peneliti menjadikan Bella sebagai informan adalah karena Bella adalah entrepreuner dan aktif di dunia perinstagraman.Bella menggunakan Instagram bisa sampai seharian karena dia sangat aktif sekali.Oleh karena itu peneliti merasa bahwa informan Bella ini sangat cocok untuk dijadikan informan.

Bella menyatakan bahwa iya sebagai pembisnis Instagram sangat berpengaruh untuknya ia menggunakan media sosial Instagram sebagai media promosi kerudungnya, followers akun bisnisnya jauh lebih banyak dari akun pribadinya. Bella memotivasi dirinya agar bisa sukses berkat bisnisnya tersebut. Bella merasa dengan adanya

⁴⁵ Informan kedua Nabylla Ez Zahra wawancara tgl 11 November 2019 di Unair pukul 13.30 wib

Instagram ia bisa mengeksplorasi jualannya ke khalayak banyak. Bella juga aktif menggunakan Instagram pribadinya dan ia merasakan juga apabila ia menggunakan Instagram bella mendapatkan banyak informasi yang didapat dan sangat terupdate.

Informan ketiga adalah Dyas Indiastany⁴⁶, panggilan akrabnya disapa Dyas dia adalah informan ketiga di penelitian ini. Alasan peneliti menjadikan Dyas sebagai informan adalah karena Dyas adalah Influencer di Ekonomi Islam Universitas Airlangga dan Dyas juga sangat berpengaruh untuk mahasiswa disana karena Dyas adalah mahasiswa yang bisa dikenal terkenal di jurusanannya. Oleh karena itu peneliti memilih Dyas sebagai salah satu informannya. Peneliti menyebut informan ketiga ini dengan sapaan Ning Dyas karena informan adalah Ning Surabaya tahun 2017. Profesinya sebagai Ning Surabaya memberikan dampak yang banyak dengan adanya media sosial Instagram, karena Ning Dyas bisa menunjukkan jati dirinya ke orang banyak dengan icon dirinya sebagai Ning Surabaya, Ning dyas bisa memperkenalkan dirinya lewat Instagram, mempromosikan icon Ning Surabayanya juga dari Instagram jadi pernyataan Ning Dyas tentang Instagram itu sangat bermanfaat. Selain itu Ning Dyas juga menggunakan Instagram sebagai alat mengedukasi diri yang disebarkan ke orang lain dengan mengunggah hal – hal positif dan berguna bagi orang banyak. Identitasnya di Instagram sangat mempengaruhi dirinya karena banyak orang yang

⁴⁶ Informan ketiga Dias Indiastany wawancara tgl 11 November 2019 di Unair jam 14.00 wib

mengenalinya, jadi apabila ia melakukan hal yang baik dan positif maka itu memberikan hal yang baik juga untuk dirinya begitupun sebaliknya apabila ia melakukan hal negatif maka ia juga akan mendapat dampak negatif itu sendiri.

Informan keempat adalah Fifi Aulia Oganta⁴⁷, panggilan akrabnya disapa Fifi dia adalah informan keempat di penelitian ini. Alasan peneliti menjadikan Fifi sebagai informan adalah karena Fifi mahasiswa aktif Ekonomi Islam Di Universitas Airlangga Tahun 2016 Dan sedikit banyak Fifi termasuk kriteria dari subjek penelitian ini. Fifi juga pengguna aktif Instagram sejak tahun 2015.

Fifi mahasiswa aktif Ekonomi Islam Angkatan 2016 ia menyatakan bahwa dirinya adalah pengguna lama Instagram yang pasif tapi aktif. Fifi menggunakan Instagram dua hari sekali dan itupun apabila perasaannya sedang baik – baik saja dan dia ingin menggunakan Instagram, jika tidak Fifi tidak membuka instagramnya. Fifi menyatakan bahwa banyak orang menggunakan Instagram hanya untuk memuaskan diri dengan apa yang dia punya dan dimana sekarang ia sedang berada. Instagram merupakan hal yang sangat racun atau membuatnya candu menurutnya, karena Instagram bisa merubah karakter seseorang menjadi berubah. Banyak dari mahasiswa Ekis yang berkarakter sosial karena menggunakan Instagram “ujarnya”. Oleh karena itu Fifi menggunakan Instagram hanya seperlunya saja, misal Fifi sedang berada di Jakarta dan disana ada tempat yang bagus kemudian Ulis

⁴⁷ Informan keempat Fifi Aulia Oganta wawancara tgl 11 November 2019 di Unair jam 15.00 wib

mengabadikannya dan mengunggah di Instagram dengan cara menyematkan lokasi yang tertuju. Fifi juga memberikan identitasnya di media social dengan mengunggah videonya tentang *review* barang yang ia sukai dan meneruskannya di youtube.

Informan kelima adalah Ferry Wijya⁴⁸ panggilan akrabnya disapa Ferry dia adalah informan kelima di peneletian ini. Alasan peneliti menjadikan Ferry sebagai informan adalah karena Ferry mahasiswa aktif Ekonomi Islam Di Universita Airlangga Tahun 2016. Ferry adalah model Jatim Fair 2017. Oleh karena itu peneliti berminat untuk menjadikannya informan.

Ferry menyatakan bahwa ia sangat aktif menggunakan Instagram karena ia mendapatkan segala macam informasi dari Instagram. Ilyas yang berprofesi juga sebagai model sangat memanfaatkan sekali Instagram karena menurutnya itu sangat menguntungkan. Dari Instagram Ferry bisa berpenghasilan dengan bermodal wajah yang tampan dan pose yang ia unggah di Instagram dengan feed yang bagus itu menjadi daya tariknya di media sosial Instagram. Ferry juga mengaku dia ingin mendapatkan popularitas dan kesuksesan di dunia Instagram. Ferry memiliki followers yang cukup banyak dan setiap minggunya ia juga mendapatkan endorse dari beberapa sponsor. Ilyas terkadang merasa dunianya jauh lebih diakui apabila ia menggunakan Instagram dan dia juga jauh lebih percaya diri.

⁴⁸ Informan kelima Ferry Wijaya wawancara tgl 11 November 2019 di Unair jam 15.35 wib

Ari Dani Putra⁴⁹ mahasiswa yang berasal dari Jakarta yang aktif sekali di dunia media sosial karena bukan hanya Instagram saja tapi Ari juga aktif di channel youtubenya. Tuntutan informan untuk menggunakan media sosial cukup menarik, Ari sangat aktif menggunakan Instagramnya karena ia harus selalu mengeshare video coverannya di Instagram agar banyak followers yang mengikutinya dan namanya juga sekin dikenal banyak orang. Informan bisa menggunakan Instagram samapai 7jam/harinya. Dan fitur yang paling disukai dari informan yaitu Instastories.

Informan ketujuh adalah Rana Adelisa⁵⁰ saat wawancara online berlangsung rana menjelaskan bahwa menurutnya “artikulasi identitas di media sosial instagram khususnya itu tergantung dengan sesuai kebutuhan. Kalau aku pribadi memang menggunakan instagram untuk berbisnis dan mengeksplor kemampuanku, jadi selain mendapatkan uang aku juga mendapatkan ilmu. Dari instagram aku bias dikenal banyak orang, orang jadi tau keseharianku dan aku menggunakan instagram juga sering untuk tutorial make up, taste food, endorsement dan masih banyak yang lain. Dan kalau dari motivasi sendiri aku lebih untuk membuat semangat cari uang dan iya terkenal juga” dari informan Rana dapat diperjelas dengan iya menyatakan identitas yang ada dalam dirinya di

⁴⁹ Informan keenam Ari Dani Putra wawancara tgl 11 November 2019 via Whatsapp jam 19.00 wib

⁵⁰ Informan keenam Rana adelisa wawancara tgl 11 November 2019 via Whatsapp jam 19.00 wib

media social Instagram tergantung dari pribadi masing – masin setiap individu

Informan kedelapan Muhammad Taslim Rachim saat wawancara online ia berpendapat bahwa menurutnya “ instagram itu adalah dunia maya yang sangat luas dan jati diri seseorang tidak bisa terkarakter begitu saja dengan hanya sesekali melihatnya, tapi kita mengetahui identitas itu dari bagaimana keseharian kita beradaptasi dengan orang lain. Seperti saya menggunakan instagram lebih sering untuk melihat dunia music karena memang aku suka music, dan akhirnya aku membuat instagramku dengan suatu karya yaitu aku menciptakan music – music yang sekarang banyak disukai oleh orang lain kemudian mengunggahnya di instagram stelah itu banyak yang suka, nah dari sana aku mendapatkan pekerjaan di sewa orang untuk manggung. Jadi sangat bermanfaat apabila kita sesuai menggunakan instagram itu dengan hal – hal yang positif.selain music Taslim ju8ga menyukai dunia bisnis kuliner oleh sebab itu dia memberikan identitas lainnya dengan sering mengunggah di *instastory* miliknya bisnis makanan yang ia miliki seperti jank – jank dan ngikan yuk Surabaya.

Informan kesembilan Heny puspitasari⁵¹ ia adalah make up artis yang sudah banyak dikenal di Surabaya, Sidoarjo informan semester tujuh aktif Unair saat peneliti mewawancarai ia bergagasan bahwa “artikulasi identitas di media social

⁵¹ Informan keenam Heny Puspitasari wawancara tgl 13 November 2019 via Whatsapp jam 09.00 wib

instagram adalah bentuk mencari jati diri dengan apa yang dilakukan, kalau saya instagram adalah media untuk mengunggaghal hal yang sifatnya bahagia, terkadang juga sedih bisa kita share, namun bukan hanya itu saja instagram yang membuat aku seperti ini mendapatkan jati diriku sebagai profesi make up dari instagram aku awal berkarir dengan mengunggaghal hasil dari make upku orang jadi banyak yang kenal”

Informan terakhir yaitu Evita Febrianti Syahputri⁵² ia menyatakan bahwa “ identitas bukan dari apa yang selalu terlihat tapi juyga apa yang selalu dilakukan. Karena kalau aku menggunakan instagram untuk sebuah hobby aku suka foto jadi aku memanfaatkan instagram untuk tampil menarik dan akhirnya orang lain suka dan ada juga beberapa yang akhirnya nawarin untuk kerja fotografer. Di dunia instagram sangat luas banyak opini yang bisa didapet jadi itu kembali lagi keindividu masing – masing. Motivasi aku karena karya hasil jepretan fotoku ingin sekali dikenal banyak orang” selain suka menjadi fotografer Peppy juga seorang Influencer dan penulis dibuktikan dengan cara ia memposting di Instagram miliknya, Peppy membagikan moment – moment saat ia menulis dan saat ia menjadi influencer disalah satu pembukaan butik di Surabaya.

Peneliti menggunakan wawancara dengan dua macam yang pertama online dan yang kedua offline karena keterbatasannya jarak dengan informan.

⁵² Informan keenam Ari Dani Putra wawancara tgl 14 November 2019 via Whatsapp jam 12.30 wib

Oleh karena itu empat informan yang lainnya mengguna via wawancara online. Dari semua data informan yang ada dalam proses pembentukan artikulasi di Instagram terdapat proses yang mempelajari tentang intrapersonal. Di mana didalam berkomunikasi intrapersonal, seseorang berkomunikasi dengan dirinya sendiri. Bahwa seseorang harus dapat mengnali dirinya sendiri menjadikan faktor eksistensi menjadi penting. Rumusan masalah yang ada dalam penelitian ini untuk mengetahui bagaimana artikulasi identitas dari mahasiswa Ekonomi Islam Fakultas dan Bisnis Universitas Airlangga di media sosial Instagram dapat terpecahkan. Dari data yang ada artikulasi identitas dan motivasi dari informan ada beberapa faktor yaitu :

1. Pengakuan atas keberadaan seseorang di suatu lingkungan, dapat menimbulkan suatu penilaian bagi seseorang untuk menjadikan orang tersebut dapat menilai dirinya sendiri dan menyesuaikan dirinya dengansekitarnya. Pembentukan identitas termasuk juga di dalamnya konsep diri yang nantinya juga saling berkaitan dengan eksistensi. Di saat seseorang menganggap dirinya bagian dari suatu lingkungan dan dianggap keberadaanya oleh lingkungan tersebut itulah disebut dengan eksistensi. Eksistensi seseorang yang dipengaruhi oleh dunia luar menjadikan seseorang ingin mengembangkan dirinya dengan mengikuti perkembangan disekitarnya terutama bagi orang yang sedang berada dalam usia 17 – 24 tahun. Salah satu wadah untuk

menunjukkan eksistensi seseorang saat ini adalah media *online*. Dengan semakin berkembangnya teknologi, media *online* juga terus berkembang dan menjadi alat untuk berkomunikasi. Salah satu media *online* yang cukup berpengaruh di kalangan remaja adalah Instagram. Hal-hal yang ada di dalam Instagram pun menjadi sangat berpengaruh terhadap perkembangan remaja itu sendiri. Hal ini dikarenakan pada tahap ini seseorang (remaja) sedang dalam tahap mengenali diri sendiri (konsep diri) dan ingin lebih diakui keberadaannya sehingga ia cenderung mudah mendapat pengaruh dari orang lain salah satunya pengaruh untuk lebih dilihat dan diakui atau eksis.

Dengan keinginannya untuk eksis di suatu lingkungan mempengaruhi cara berkomunikasi remaja yang dapat dipengaruhi dan mempengaruhi lingkungan, dimana saat semua teman-teman di sekitar mereka memanfaatkan Instagram maka mereka juga akan melakukan hal yang sama. Selain itu bentuk pemanfaatan Instagram lainnya juga bisa menjadi sarana interaksi sosial guna mendapatkan banyak informasi, pengetahuan dan pengalaman baru sekaligus terhibur dan menghibur orang lain melalui Instagram atau sebaliknya mendapatkan masalah.

2. Pembentukan identitas mahasiswa Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga dalam penggunaan Instagram memiliki karakteristik dapat dilihat pada perkataan dan perbuatan mahasiswa saat mereka memanfaatkan Instagram. Dari hasil penelitian,

mayoritas responden menggunakan Instagram dalam durasi per harinya selama 1- 4 jam/hari yang hasilnya tidak jauh berbeda dengan yang menggunakan Instagram selama 3-5 jam/hari. Hal itu menunjukkan bahwa mahasiswa saat ini mengalokasikan waktunya untuk membuka Instagram namun menurut data penelitian masih dalam waktu yang belum berlebihan.

3. Motivasi yang beraneka ragam dari Mahasiswa Prodi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga dalam pengguna media social Instagram cukup menarik dari data yang sudah didapat mulai profesi sebagai mahasiswa aktif pengguna biasa, influencer, make up artis, youtuber, fotografer mereka semua memiliki identitas mereka masing – masing dengan pembuktiannya di Instagram. Hampir keseluruhan memang termotivasi untuk terkenal akan tetapi beberapa dari mahasiswa itu sendiri ada yang yang memotivasi untuk sukses dan berkarya positif.

IV.2. Proses Artikulasi Identitas Mahasiswa Di Media Sosial Instagram

1) Tahap Pengenalan

Dalam tahap pengenalan mahasiswa Ekonomi Islam fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga menceritakan bagaimana mereka memperkenalkan dirinya dengan membuat akun Instagram kemudian mencari teman – teman yang dikenal untuk diikuti. Kemudian mereka juga mempromosikan akun media sosial Instagramnya ke

khalayak banyak dengan mengunggah foto atau video di Instagram mereka masing – masing. Dan mereka juga memiliki karakter untuk memperkenalkan diri mereka di Instagram. Ada yang memperindah Instagram dengan perpaduan warna yang bagus dan warna -warni, adapula yang menggunakan teknik edit foto yang bagus supaya lebih banyak yang terpikat, adapula yang menggunakan kreatifitas mereka seperti mengcover lagu atau membuat parodi – parodi lucu di Instagram.

Instagram adalah media sosial yang memfokuskan untuk berbagi pengalaman dan mengekspresikan diri dengan cara yang berbeda, yaitu bebas berbagi cerita, pengalaman, dan perasaan pengguna Instagram melalui foto, gambar, *video*, *motion*, dan *caption* dibawahnya sebagai penjelas keterangan foto yang diunggah. *Followers* akun Instagram juga dapat mengomentari, menyukai serta membagikan foto yang terunggah di Instagram. Namun, Instagram tidak hanya menjadi media yang menampilkan kemampuan diri penggunanya, tetapi juga menggambarkan kehidupan penggunanya.

2) Tahap Ekspresi

Mahasiswa Ekonomi dan Bisnis Universitas airlangga mengekspresikan diri di media sosial juga beragam. Sudah jelas fitur yang disajikan di Instagram cukup banyak dan sangat menarik untuk itu para mahasiswa menggunakannya dengan kebutuhan masing - masing. Ada yang menggunakan Instagram untuk berbisnis jualan karena dengan kecanggihan teknologi dijamin sekarang Instagram juga sangat menguntungkan untuk lading bisnis, adapula yang mengekspresikan dengan cara mengcover lagu yang

bermacam – macam dengan suara emas yang mereka agar menambah followers,like dan komentar. Adapula yang digunakan untuk menjadi selebgram dengan menjual foto dan kecantikan yang ia miliki, dan ada juga yang hanya ingin pencitraan saja untuk memamerkan apa yang dia posting di dalam Instagramnya agar terlihat dia sedang ada dimana, Bersama siapa dan sedang apa.

Kegiatan dan aktifitas penggunaan Instagram bisa meliputi aktifitas pribadi, publikasi dan komersil. Kita yang menggunakan Instagram secara personal selalu ingin memposting hal yang menurut kita baik untuk di posting. Follower selalu menjadi parameter untuk mengukur atensi pengguna lain ke akun pribadi milik kita. Istilah-istilah atau bahasa pengguna Instagram muncul dengan sebutan Selebgram. Sebutan Selebgram berarti orang yang menggunakan instagram sebagai akun personal yang memiliki jumlah follower yang banyak yang menjadikan dia populer di medsos. Pengikut dari selebgram ini tertarik dengan konten yang diberikan selebgram seperti foto lifestyle,aktifitas dan background orang tersebut.

Interaksi di dalam follower dan following ini yang di manfaatkan beberapa orang menggunakannya menjadi media publikasi baik itu non-komersil maupun komersil. Ada penawaran lebih ketika akun instagram milikmu memiliki jumlah follower yang banyak dan beberapa orang memanfaatkan itu sebagai media promosi produk atau jasa. Ada hal yang baru yang di tawarkan Instagram bahwa publik figur tidak harus muncul melalui Televisi dan media cetak. Ini yang dimanfaatkan Selebgram untuk menjadikan akun

pribadi miliknya untuk paid promote dan endorsemen barang atau jasa.

3) Tahap Eksistensi

Dengan adanya Instagram dapat dilihat bahwa mahasiswa terpengaruh dengan adanya penggunaan Instagram yang akhirnya menjadikan perilaku perubahan terhadap diri. Kebutuhan akan Instagram menuntut untuk seseorang sebagai kebutuhan yang bersifat untuk mengabadikan dirinya melalui sebuah dokumentasi foto dengan deskripsinya. Kebutuhan ini akan terus meningkat saat diikuti dengan berbagai keinginan untuk mengeksistensikan diri atau menampilkan identitas diri di tengah-tengah lingkungan. Hal ini berkaitan pula terhadap eksistensi diri dan bagaimana seseorang tersebut ingin menunjukkan citra diri mereka di media sosial Instagram. Mahasiswa Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga juga menegaskan ada kepuasan tersendiri saat ia bisa mengeksplorasi dirinya di media sosial Instagram.

Instagram memberikan pengaruh yang besar pada gaya hidup, fashion, musik dll. Istilah kekinian yang disematkan menjadi acuan dalam perubahan sikap penggunaannya. Seperti berfoto di tempat-tempat yang menjadi trending topic dan terkesan mahal. Namun jika kita melihat dari perspektif sebuah Brand, itu adalah brand yang berhasil di masyarakat. Lihat saja banyak orang bangga dengan memakai atau memamerkannya di media sosial, dilain sisi bisa menambah kepercayaan diri orang tersebut untuk menjadi semakin eksis.

4) Popularitas

Kata populer atau biasa terdengar juga dengan terkenal akan menjadi daya tarik tersendiri bagi mahasiswa Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga. Ide dasar ini bermula pada kesuksesan di dunia media sosial Instagram. Mahasiswa Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga mengeksistensikan dirinya dengan meningkatkan kualitas foto menggunakan filter dan fitur penyuntingan yang ada di Instagram dan menjadipatform media sosial yang populer sebagai tempat untuk konten yang indah dan sempurna saja. Akan tetapi budaya kesempurnaan inilah yang membuat Instagram bisa menjadi racun yang paling merusak kesehatan mental kita. Karena di Instagram, semua orang terlihat sempurna - kecuali kita. Di balik tabir ekspresi diri yang dilakukan pengguna Instagram, ada candu popularitas dan kepalsuan yang melekat. Ingin menjadi populer dan disukai banyak orang adalah naluri alami dari mahasiswa Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga. Media sosial, khususnya Instagram paham benar akan hal ini. Mereka dengan sengaja memberi makan naluri khusus ini dengan fitur like dan kolom komentar sebagai variabel hadiah bagi pengguna.

Karena itu, ketika kita tidak memberi makan impuls narsis kita dengan mengunggah foto selfie, kita akan merasa iri dan pahit saat menggulirkan umpan. Ketika melihat postingan teman atau influencer di Instagram, rasa kagum akan keindahan foto dan kekuatan narasi caption yang pertama kali kita rasakan perlahan akan berubah menjadi rasa iri dan obsesi untuk bisa menjadi seperti mereka. Tak jarang, keinginan untuk menjadi populer membuat banyak anak-anak muda akan menempuh jalan pintas. Mereka tidak lagi

mengindahkan nilai moral dan etika dari sebuah kreativitas.

5) Personal Branding

Personal branding adalah tentang pengaruh–kemampuan untuk mempengaruhi keputusan, membeli, tingkah laku seseorang. Beberapa keuntungan dari Great Personal Brand adalah menjadi “top of mind” , meningkatkan wewenang dan kepercayaan dalam keputusan, menempatkan diri dalam peran leadership, meningkatkan prestis, mendapatkan pengakuan dan membuat mencapai tujuan. Dalam hal ini mahasiswa Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga menjadikan personal branding mereka dengan cara penggunaan media sosial Instagram dalam bentuk berpenghasilan. Ada yang menggunakan instagramnya dengan branding Entrepreneur, ada juga yang membranding dirinya dengan menjadi Influencer, ada juga yang menjadi selebgram, dan juga konten creator. Mahasiswa Ekonomi dan Bisnis yang aktif menggunakan Instagram ini sangat ingin diakui oleh khalayak banyak oleh sebab itu salah satu motivasi mereka adalah membrandingkan diri mereka dengan profesi masing – masing

IV.3. Hasil Temuan

Tahap analisis data merupakan suatu proses atau upaya pengolahan data menjadi sebuah informasi baru agar karakteristik data tersebut menjadi lebih mudah dimengerti dan berguna untuk solusi suatu permasalahan, khususnya yang berhubungan dengan penelitian. Tahap untuk mengelola serta menginterpretasikan data yang telah ditemukan dan dikumpulkan sebelumnya. Analisis data adalah bagian dari tahap penelitian kualitatif yang berguna untuk menelaah

data yang telah diperoleh peneliti dari informan maupun dari lapangan. Analisis data ini dilakukan bersamaan dengan pengumpulan data salah satunya adalah wawancara terhadap informan. Analisis data juga bermanfaat untuk mengecek kebenaran dari setiap data yang telah diperoleh. Analisis data ini sudah dilakukan sejak awal penelitian dan bersamaan dengan pengumpulan.

1. Kata Kunci Keberhasilan Proses Personal Branding

Dalam hasil temuan ini peneliti menemukan artikulasi identitas Mahasiswa Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga dalam bentuk personal branding. Kenapa demikian karena setelah hasil observasi yang menyatakan mereka ingin jati diri mereka diakui oleh khalayak banyak terutama di semua teman pengguna Instagram. Untuk dapat membangun brand yang kuat, harus berfokus kepada ciri khas diri anda – siapa anda yang sebenarnya. Branding bukan untuk memanipulasi dan bukan sebagai pembungkus walaupun “bungkusan” tersebut termasuk ke dalam salah satu komponen personal branding. Dan suatu brand yang kuat tercipta karena tidak menutupi sesuatu dan tidak dibentuk secara paksa.

Mahasiswa Ekonomi dan Bisnis menjadikan personal branding dirinya di media sosial Instagram dengan memberikan sesuatu yang berbeda. Mereka menggunakan Instagram untuk menonjolkan dirinya dari orang lain dan berusaha untuk menarik bagi pengguna Instagram untuk memberikan penilaian terhadap diri supaya dikenal.

Pada saat ada fase mengenali siapa diri Anda, pelajari juga apa yang orang lain kenali tentang Anda melalui beberapa tahapan yang dapat dilakukan

sebelumnya seperti assessment atau penilaian diri sendiri, bertanya kepada orang lain apa kelebihan yang mereka lihat pada diri Anda, "survei" singkat, hingga berkonsultasi dengan mentor Anda. Karena, personal brand Anda akan selalu melekat pada hati dan pikiran orang yang mengenal Anda, maka wajib untuk mengetahui persepsi yang dimiliki oleh orang tentang Anda pada saat pembentukan dan penentuan brand Anda tersebut. Setelah secara jelas mengetahui tentang diri Anda secara keseluruhan serta mendapatkan masukan dari orang, kembangkan hasil temuan tersebut kedalam personal brand Anda berikut penjelasan serta kelebihan yang dimiliki kedalam sebuah penjabaran yang menjadikan Anda unik.

Dalam penelitian ini mahasiswa Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga sudah menerapkan hal itu yaitu personal branding dirinya di media sosial Instagram.

2. Keinginan Diakui Menjadi Motivasi Terbesar Mahasiswa Instagrammer

Eksistensi seseorang yang dipengaruhi oleh dunia luar menjadikan seseorang ingin mengembangkan dirinya dengan mengikuti perkembangan disekitarnya terutama bagi orang yang sedang berada dalam usia 17 – 24 tahun (usia remaja). Salah satu wadah untuk menunjukkan eksistensi seseorang saat ini adalah media online. Dengan semakin berkembangnya teknologi, media sosial juga terus berkembang dan menjadi alat untuk berkomunikasi. Salah satu media sosial yang cukup berpengaruh di kalangan remaja adalah Instagram. Hal-hal yang ada di dalam Instagram pun menjadi sangat berpengaruh terhadap perkembangan

remaja itu sendiri. Hal ini dikarenakan pada tahap ini seseorang (remaja) sedang dalam tahap mengenali diri sendiri (konsep diri) dan ingin lebih diakui keberadaannya sehingga ia cenderung mudah mendapat pengaruh dari orang lain salah satunya pengaruh untuk lebih dilihat dan diakui atau eksis.

Dengan keinginannya untuk eksis di suatu lingkungan mempengaruhi cara berkomunikasi remaja yang dapat dipengaruhi dan mempengaruhi lingkungan, dimana saat semua teman-teman di sekitar mereka memanfaatkan Instagram maka mereka juga akan melakukan hal yang sama. Selain itu bentuk pemanfaatan Instagram lainnya juga bisa menjadi sarana interaksi sosial guna mendapatkan banyak informasi, pengetahuan dan pengalaman baru sekaligus terhibur dan menghibur orang lain melalui Instagram atau sebaliknya mendapatkan masalah.

Perilaku remaja dalam penggunaan Instagram memiliki karakteristik dapat dilihat pada perkataan dan perbuatan remaja saat mereka memanfaatkan Instagram. Dari hasil penelitian, mayoritas responden menggunakan Instagram dalam durasi per harinya selama 3 - 5 jam/hari yang hasilnya tidak jauh beda dengan yang menggunakan Instagram selama 4-6 jam/hari. Hal itu menunjukkan bahwa remaja saat ini mengalokasikan waktunya untuk membuka Instagram namun menurut data penelitian masih dalam waktu yang belum berlebihan.

Dilihat dari hasil pengumpulan data pada informan, alasan utama orang menggunakan Instagram adalah untuk berbagi momentum. Saat berbagi momentum, seseorang bebas untuk mengekspresikan diri mereka melalui momentum yang mereka bagi di

akun Instagram mereka. Dalam hal berbagi momentum juga menunjukkan keberadaan seseorang di lingkungan tertentu (dalam kasus ini di Instagram). Dengan adanya situasi bahwa seseorang berbagi momentum di dalam Instagram menunjukkan bahwa ia ada di Instagram, yang berarti ia ada di satu lingkungan. Ditambah lagi, kegiatan yang paling sering dilakukan oleh remaja saat membuka Instagram adalah meng-upload foto. Selain itu, terdapat pula fitur tag untuk menunjukkan siapa saja yang berada di dalam foto atau video atau tag untuk menunjukkan di mana lokasi foto tersebut di ambil. Hal ini juga menunjukkan bahwa seseorang ingin dianggap dan diakui keberadaannya dalam satu lingkungan tertentu. Baik di lingkungan sosial maupun di lingkungan tempat di mana ia memijakkan kaki. Dengan adanya fitur tag tersebut semakin memperjelas bahwa eksistensi dapat ditunjukkan dengan penggunaan Instagram. Misalnya saja A sedang bepergian ke pantai dan memberi tag di foto yang ia masukkan ke Instagram. Hal itu menunjukkan bahwa A ingin keberadaannya di pantai tersebut diakui bahwa ia pernah ada di tempat itu. Begitu pula dengan siapa saja yang berada di dalam foto tersebut. Misalnya saat liburan A pergi dengan B dan C, kemudian saat foto bersama, A memberikan tag kepada B dan C. Hal itu menunjukkan bahwa A menunjukkan bahwa ia bagian dari komunitas yang sama dengan B dan C.

Fitur lain dalam Instagram yang paling penting, yaitu fitur pemberian komen dan like. Saat seseorang memberi komentar dan tanda like hal itu sudah menjadi bagian dari komunikasi. Di mana dari hasil dari komen tersebut merupakan hasil komunikasi yang menjadikan seseorang merasa bahwa dirinya dianggap atau ada

(eksis) di suatu lingkungan. Selain itu penghargaan terhadap diri sendiri (self esteem) pun muncul dengan adanya komentar atau pemberian tanda like dari orang lain, terutama apabila komentar yang diberikan oleh orang lain merupakan komentar yang positif. Namun tidak menutup kemungkinan adanya komentar yang negatif akan suatu foto atau video yang dimasukkan di Instagram.

Didukung oleh segala fitur yang terdapat di Instagram, kemudian muncul pula istilah selfie yang juga marak dilakukan oleh banyak orang saat ini. Fenomena selfie ini juga menjadi faktor pendorong seseorang untuk memasukkan foto dirinya sendiri maupun foto bersama teman-teman.

IV.4. Konfirmasi Temuan Dengan Teori

Konfirmasi temuan dengan teori merupakan tahap untuk menentukan apakah teori tersebut masih relevan atau malah berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan. Temuan-temuan penelitian yang sudah dijelaskan sebelumnya akan dikonfirmasi dengan teori Chris Barker. Adapun penjelasannya mengenai konfirmasi temuan dengan teori sebagai berikut:

Artikulasi dalam teori Chris Barker yaitu “menunjukkan pengekspresian atau perepresentasian dan pepaduan. Artikulasi mengarah kepada mengekspresikan atau mempresentasikan. Ketika artikulasi dihubungkan dengan identitas maka artikulasi itu menuju kepada upaya untuk menunjukkan ciri – ciri pembentukan identitas. Identitas yang memiliki sesuatu hal tidak hanya memberi makna tersendiri, akan tetapi juga menjadi suatu ciri khas yang melatar belakangnya. Secara etimologis, kata identitas berasal dari kata identify yang berarti

kondisi atau kenyataan tentang suatu yang sama, dengan keadaan yang mirip satu sama lain. Identitas juga menyeluruh atau totalitas yang menunjukkan ciri- ciri atau keadaan khusus seseorang atau jati diri dari factor – factor biologis, psikologis, dan sosiologis yang mendasari tingkah laku setiap individu. Tingkah laku tersebut terdiri atas kebiasaan, sikap, sifat – sifat serta karakter yang berada pada seseorang sehingga seseorang tersebut berbeda dengan orang yang lainnya.

Identitas memang sangatlah penting, karena identitas dapat membantu masyarakat luas untuk bias mengetahui atau mengenal individu atau kelompok baik dari segi budaya, agama, ataupun politik dan berbagai aspek kehidupan yang lain. Identitas juga memudahkan seseorang dalam memilah perjalanan dari tujuan hidupnya, misalnya seseorang yang ingin masuk di sebuah organisasi, maka yang dilakukan orang tersebut yaitu harus mengenal identitas organisasi tersebut, dengan demikian maka untuk selanjutnya jika sudah mengenal dan mengerti tentang visi dan misi organisasi tersebut dia bias tetap masuk apabila visi dan misi dari organisasi itu sejalan dan memberikan efek yang positif, begitupula sebaliknya akan meninggalkan apabila visi dan misi dari organisasi tersebut bertolak belakang dan berdampak negatif.

Konsep diri adalah pandangan individu mengenai siapa diri individu, dan itu bisa diperoleh lewat informasi yang diberikan lewat informasi yang diberikan orang lain pada diri individu. Dengan mengetahui diri individu, seseorang dapat pula melihat eksistensi diri dalam dirinya. Di mana eksistensi dapat diartikan dengan ada. Eksistensi tersebut muncul karena kesadaran akan keberadaan sesuatu atau seseorang.

Pengertian pembentukan artikulasi identitas yang menunjukkan bahwa diri seseorang itu ada, menjadikannya menarik bagi penulis untuk dipelajari. Wujud dari pembentukan identitas yang dimaksud penulis adalah pembuktian akan keberadaan seseorang melalui penggunaan media sosial, khususnya Instagram. Dengan kemajuan teknologi dan situasi kehidupan dewasa ini berkembang sangat pesat dengan munculnya teknologi internet yang kemudian berlanjut dengan kemunculan media *online*. Internet memiliki teknologi, cara penggunaan, lingkup layanan, isi, dan citra sendiri. Internet tidak dimiliki, dikendalikan atau dikelola oleh sebuah badan tunggal tetapi merupakan sebuah jaringan komputer yang terhubung secara intensional dan beroperasi berdasarkan protocol yang disepakati bersama. Sejumlah organisasi khususnya provider dan badan telekomunikasi berperan dalam operasi internet

Sama halnya dengan perkembangan teknologi, dengan adanya media *online*, komunikasi pun ikut berkembang. Saat ini komunikasi tidak hanya berputar pada daerah nyata atau realita saja, tetapi komunikasi juga menjangkau dunia *virtual* atau *maya*. Di Indonesia dewasa ini sedang marak jejaring sosial. Dalam internet kita mengenal jejaring sosial, bahkan yang terbaru muncul adalah Instagram. Salah satu media *online* yang saat ini jumlah penggunaanya berkembang dengan pesat. Instagram merupakan media *online* dengan peningkatan jumlah pengguna aktif terbesar dalam enam bulan terakhir di awal tahun 2019.^v Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri. Satu fitur yang unik di Instagram adalah memotong foto

menjadi bentuk persegi, sehingga terlihat seperti hasil kamera Kodak Instamatic dan Polaroid.

Di era post-modernitas ini, ciri masyarakat yang cukup menonjol adalah perasaan ketinggalan jaman dan minder bila tidak memiliki dan membeli produk terbaru yang dipersepsi sebagai bagian dari identitas status masyarakat. Masyarakat cenderung menunjukkan gaya hidup sesuai perkembangan jaman. Salah satu yang menarik perhatian penulis adalah bagaimana mahasiswa yang sedang berada pada masa mencari jati diri berpeluang besar untuk mengikuti *trend* yang berkembang di masyarakat. Remaja adalah mereka yang sedang mengalami perubahan dari masa kanak-kanak ke masa dewasa.

Dengan adanya Instagram, dapat dilihat bahwa mahasiswa terpengaruh dengan adanya penggunaan instagram menjadikan perubahan perilaku manusia akan kesadaran dirinya untuk menampilkan berbagai hal yang ia dokumentasikan ke dalam bentuk foto. Perubahan pada remaja tersebut mencakup perubahan fisik dan perubahan emosional yang kemudian tercermin dalam sikap dan perilaku. Perilaku adalah sikap yang diekspresikan (*expressed attitudes*). Perilaku dengan sikap saling berinteraksi, saling mempengaruhi satu dengan yang lain. Perilaku manusia adalah suatu keadaan yang seimbang antara kekuatan-kekuatan pendorong (*driving forces*) dan kekuatan-kekuatan penahan (*restraining forces*).^{viii}

Kebutuhan akan Instagram menuntut untuk seseorang sebagai kebutuhan yang bersifat untuk mengabadikan dirinya melalui sebuah dokumentasi foto dengan deskripsinya. Kebutuhan ini akan terus meningkat saat diikuti dengan berbagai keinginan untuk mengeksistensikan diri atau menampilkan identitas diri di tengah-tengah lingkungan. Hal ini berkaitan pula terhadap eksistensi diri

dan bagaimana seseorang tersebut ingin menunjukkan citra diri mereka di media *sosial* (Instagram).

Jadi dapat disimpulkan bahwa proses – proses sampai motivasi dari identitas diri mahasiswa Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga yang di sambungkan dengan teori Chris Barker yang menyatakan bahwa identitas itu terbentuk dengan pengekspresian narasi orang lain terhadap narasi diriseseorang dan upaya narasai yang dilakukan orang lain jika itu terjadi maka sebenarnya proses artikulasi identitas yang dilakukan mahasiswa Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga itu mengarah kepada untuk menarasikan siapakah dirinya pada orang lain, dan ini menandakan bahwa proses identifikasi bagaimana seseorang mencoba untuk menyampaikan upayanya dalam bentuk eksistensi dan itu bagian dari upaya bentuk identitas itu sendiri. Oleh karena itu dalam teori ini dan penelitian ini teori Chris Barker sedang berlangsung karena memang hasil dari temuannya adalah menarasikan dir kepada orang lain sesuai denga teori Chris Barker.

BAB V

PENUTUP

V.1. Kesimpulan

Berdasarkan paparan dan analisis pada bab sebelumnya dapat disimpulkan bahwa Mahasiswa Prodi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga di media sosial Instagram ternyata cara mereka mengerti akan artikulasi identitas di media sosial cukup beragam dengan melakukan tahap pengenalan, ekspresi dan eksistensi. Karena hampir seluruh informasi menjelaskan bahwasannya mereka menggunakan media sosial Instagram untuk menunjukkan kepopuleritasan akan dirinya atau bisa dibilang menjadi kepribadian lain. Dan dengan menggunakan media sosial Instagram Mahasiswa Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga mendapatkan personal branding masing – masing. Dapat disimpulkan juga pembentukan artikulasi identitas di media sosial Instagram digunakan sebagai salah satu alat untuk menunjukkan eksistensi diri dan memotivasi untuk sukses.

V.2. Saran

Berdasarkan dari kesimpulan diatas, maka penelitian berharapa semoga penelitian ini bermanfaat baik praktis maupun secara teoritis. Penelitian pada skripsi ini masih jauh dari kata kesempurnaan. Akan tetapi berdasarkan hasil penelitian, maka penelitian memberikan rekomendasi yang diharapkan akan dapat dijadikan sebagai bahan dan pertimbangan sebagai berikut :

- 1) Penelitian ini terbatas pada artikulasi identitas melalui media, namun peneliti belum menyentuh aspek seberapa besar tingkat pengaruh media terhadap

identitas karena itu ada baiknya peneliti selanjutnya melakukan kajian tersebut.

- 2) Perlu pendampingan (literasi media) bagi khalayak media terutama usia remaja dan seusia mahasiswa dalam menggunakan media sosial untuk kepentingan produktif.

Keberadaan media online seperti Instagram memiliki sisi yang positif dan negatif. Di situlah dianjurkan agar para pengguna media sosial menegerti dan memahami tentang media literacy. Hal itu disebabkan karena pada media sosial seperti Instagram seseorang berkomunikasi di dunia maya, dengan kata lain tidak berkomunikasi secara tatap muka yang memungkinkan terjadinya bias terhadap informasi yang diberikan.

Untuk meningkatkan artikulasi identitas dalam eksistensi yang positif bagi pengguna maka disadari, bahwa walau dasar aplikasi Instagram adalah sebuah aplikasi foto, dan ini bukan berarti kita tidak dapat melakukan percakapan atau menutup diri. Pada waktu kita berkomentar mengenai sebuah foto, cobalah untuk berkomentar dengan yang positif. Followers kita pun akan merasa senang dan mendapatkan apresiasi dengan komentar kita yang positif.

Sebagian orang menggunakan Instagram dengan berlebihan agar dapat memanipulasi wajah asli. Akan lebih baik bila Instagram digunakan pada saat moment – moment tertentu atau dengan kata lain ada Batasan waktu selama penggunaan. Mengupload foto sendiri ke media sosial bukan masalah. Tetapi sebisa mungkin tidak terlalu sering dilakukan karena dimanfaatkan dan semakin membuka privasi diri.

DAFTAR PUSTAKA

A. JURNAL

Afif, Afthonul. 2012. *Identitas Tionghoa Muslim Indonesia*.

Amy, Alkon. 2010. *The Truth About Beauty*. *Psychology Today*.

Barker, Chris. 2000. *Culture Studies*. London: Sage Publication.

Barnard, Malcolm. 2007. *Fashion sebagai Komunikasi*. Yogyakarta: Jalasutra.

Cohen, David. 2014. *Bahasa Tubuh dalam Pergaulan*. Jakarta: Arcan.

Dale, Archie. 2012. *The Psychology of Beauty*. *Psychology Today*.

HAR, Tilaar. 2007. *Mengindonesia Etnisitas dan Identitas Bangsa Indonesia*. Jakarta: Rineka Cipta.

Iriantara, Yosol. 2004. *Manajemen Strategi Public Relations*. Bandung: Ghalia Indonesia.

Liliweri, Alo. 2011. *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Jakarta: Prenada Media Group.

Lisa, Orr. 2003. *Makna Budaya dalam Komunikasi Antar Budaya*. In Liliweri, Alo. Yogyakarta: LKiS.

Meleong, Lexy J. 2012. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Minderop, Albertine. 2005. *Metode Karakteristik Telaah Fiksi*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.

Morrisan. 2013. *Teori Komunikasi*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.

Parekh, Bhikuh. 2008. *Rethinking Multiculturalism Keberagaman Budaya dan Teori Politik*. Yogyakarta: Kanisius.

Pilang, Yasraf Amr. 2004. *Semiotika Teks: Sebuah Pendekatan Analisis Teks*

B. INTERNET

<http://ejournal.uinsuka.ac.id/isoshum/proferik/article/viwi/1101/1014>

https://www.kominfo.go.id/content/detail/3415/kominfoPengguna-internet-di-indonesia-63-juta-orang/0/berita_satker

https://id.wikipedia.org/wiki/Media_sosial